

Máster Universitario en Periodismo y Comunicación de la  
Ciencia, Tecnología, Medio Ambiente y Salud  
2018-2019

*Trabajo Fin de Máster*

# Otlet: proyecto de una revista de actualidad y debate para profesionales de la documentación

---

Cesar Antonio Chumbiauca Sanchez

Tutor/es

Santiago Graiño Knobel

Madrid, 2019

## DETECCIÓN DEL PLAGIO

La Universidad utiliza el programa **Turnitin Feedback Studio** para comparar la originalidad del trabajo entregado por cada estudiante con millones de recursos electrónicos y detecta aquellas partes del texto copiadas y pegadas. Copiar o plagiar en un TFM es considerado una **Falta Grave**, y puede conllevar la expulsión definitiva de la Universidad.



Esta obra se encuentra sujeta a la licencia Creative Commons  
**Reconocimiento – No Comercial – Sin Obra Derivada**



## **RESUMEN**

El presente trabajo de fin de máster tiene como objetivo fomentar la divulgación científico-profesional de la especialidad de biblioteconomía y documentación elaborando contenidos con aplicación de las técnicas y tipos de piezas del periodismo científico. Para eso, como proyecto de medio de comunicación, se propone la revista Otlet. A lo largo de este trabajo se reconoce la ausencia de este tipo de publicación frente a las abundantes revistas académicas de revisión por pares; en cambio, el enfoque de Otlet es divulgativo, siendo este un nicho para la comunicación especializada. En ese sentido, se analiza el público objetivo, la orientación de la revista, el plan de comunicación y la conformación del equipo editorial, así como los recursos y estrategias para llevar a cabo el proyecto. Se concluye que la revista podría tener un impacto significativo debido a su novedad y su manera de presentar los contenidos con un estilo poco frecuente en la disciplina.

### **Palabras clave**

Revistas de biblioteconomía; Documentación; Periodismo científico; Publicaciones periódicas



## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a las personas que me han orientado en la elaboración de este trabajo. A mi asesor Santiago Graiño Knobel por su tiempo y sus observaciones; también a los demás profesores del máster: a Daniel Catalán, Juan Carlos Nieto, Ignacio Fernández Bayo y todos los otros profesores, cada uno en su especialidad y con su estilo, incluido el buen humor.

En todos estos meses, además, he tenido el gusto de haber conocido a los compañeros del máster sin quienes, debido a la distancia, hubiese padecido para estar informado. A veces hasta han intervenido por mí haciendo las preguntas que yo no podía realizar presencialmente. Son maravillosas personas: Mónica, Mercedes, Adriana, Ana, María Marcos, Jon, Oswaldo, Gerardo y David.

Finalmente, agradezco a todos los que han sido testigos del esfuerzo que ha tomado terminar este máster y que me han dado certeros consejos y apoyo: a Hanguk Yun, escritor y periodista; Hanz Baltazar, editor; a mis amigos bibliotecólogos de la Universidad de Lima: Fernando, Jaime, Milagros, Mariela, Claudia y María Irene...

Y sobre todo a Ivett Ramos Pachas, enorme educadora a quien no dejo de admirar.

Muchas gracias



## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN .....	2
AGRADECIMIENTOS.....	4
1. INTRODUCCIÓN .....	9
1.1 Motivación del trabajo .....	9
1.2. Limitaciones en la elaboración del proyecto .....	9
1.3. El nombre de la revista: Otlet .....	10
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	12
2.1. Líneas de investigación en biblioteconomía y documentación .....	12
2.2. Revistas de divulgación profesional en biblioteconomía y documentación ....	15
3. OTLET: PROYECTO DE UNA REVISTA DE ACTUALIDAD Y DEBATE PARA PROFESIONALES DE LA DOCUMENTACIÓN.....	19
3.1. Definición de objetivos .....	19
3.2. Justificación de la revista con base en la CPCC .....	19
3.3. Análisis DAFO .....	20
3.4. Tipo de edición y secciones de la revista.....	21
3.5. Análisis de la competencia .....	24
3.6. Público objetivo .....	25
3.7. Estrategia y plan de comunicación .....	28
3.8. Colaboración con otras entidades .....	31
4. PLANIFICACIÓN Y PRESUPUESTO.....	34
4.1. Planificación de personas.....	34
4.2. Cronograma de actividades.....	35
4.3. Presupuesto y evaluación del proyecto .....	41
5. CONCLUSIONES .....	43
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	45

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Número de investigaciones en bibliotecología y CC. II. ....	13
Figura 2. Portada de la revista American Libraries .....	16
Figura 3. Portal web de Library Journal .....	17
Figura 4. Portadas de la revista Archimag.....	17
Figura 5. Portada de la edición 0 de la revista Otlet.....	23
Figura 6. Slogan de Otlet sobre el logo .....	30
Figura 7. Logotipo e isotipo .....	30
Figura 8. Comité editorial.....	34



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Áreas temáticas y producción en biblioteconomía y CC. II.....	14
Tabla 2. Tipos de soporte: ventajas y desventajas.....	22
Tabla 3. Aspectos formales de los contenidos.....	24
Tabla 4. Estudiantes y egresados de Bibliotecología UNMSM .....	26
Tabla 5. Bibliotecas registradas en el SNB - 2015 .....	27
Tabla 6. Cronograma: actividades de redacción y corrección.....	38
Tabla 7. Cronograma: actividades de diagramación e impresión.....	39
Tabla 8. Cronograma: actividades de promoción, lanzamiento y ventas .....	40
Tabla 9. Presupuesto.....	41

# **1. INTRODUCCIÓN**

## **1.1 Motivación del trabajo**

Lo más noble y retador del periodismo científico es comunicar ciencia a un público que es amplio y diverso. En un medio generalista eso está muy bien; sin embargo, dentro de un segmento especializado como puede ser un nicho profesional también existe la necesidad de conocimiento entre colegas, pues la especialización, si bien ayuda a resolver problemas muy concretos, también genera distancias e islas de conocimiento. Se necesita, por lo tanto, de un medio que trate los temas especializados de forma transversal de modo tal que, aunque exista la especialización en un rubro, todos los demás colegas en otras áreas puedan estar informados y entender por dónde se encaminan los avances y nuevos proyectos; por todo lo expuesto, es bueno que exista una revista que permita que el profesional no pierda conexión con el resto de cosas en las que están trabajando sus colegas para que la disciplina pueda crecer y ser valorada en su conjunto.

Este proyecto responde a la carencia de divulgación profesional en biblioteconomía. El medio de transmisión de la información será una revista dirigida a bibliotecarios y profesionales de la información usando técnicas del periodismo científico. Cabe señalar que, si bien ya existen variadas revistas para este nicho, dichas publicaciones son de corte netamente académico, es decir, se tratan de artículos revisados por pares que cumplen con los criterios y metodologías de la redacción científica. Su circulación responde a nuevas investigaciones bajo un sistema de citas que originan indicadores de impacto.

La revista que se propondrá en este trabajo de fin de máster pretende ser de lectura más ligera y amena manteniendo responsabilidad en el tratamiento de la información, realizando divulgación para los mismos bibliotecarios para que puedan estar actualizados sin necesidad de leer siempre amplísimos y sesudos estudios escritos en un lenguaje denso y sumamente formal que normalmente revisan solo cuando van a escribir otro artículo de investigación o una tesis.

En este trabajo se vuelca todo lo aprendido durante el máster, especialmente lo que concierne a los cursos de La comunicación pública de contenidos complejos, Técnicas de periodismo científico en prensa y revistas, Periodismo y Comunicación de la Tecnología, Comunicación 2.0 y en realidad un poquito de todos los demás, pues todo lo aprendido ha resultado valioso, y aunque falta mucho por aprender y la revista Otlet dará apenas sus primeros pasos, es un proyecto con garantía de conocimientos profesionales tomados del periodismo científico.

## **1.2. Limitaciones en la elaboración del proyecto**

Lo perfecto es enemigo de lo bueno. Por eso es de sabios realizar las cosas lo mejor posible dentro de los plazos acordados porque eso permite que las ideas se concreten y que no habiten eternamente o por largos períodos el mundo platónico. El esfuerzo en este proyecto ha sido doble. Por un lado ha estado la elaboración de la revista número cero y, por el otro, el proyecto tal cual.

La elaboración de la revista número cero cumple la función de maquetar o prototipar lo que será el primer número oficial, por lo tanto, sus contenidos son una guía. Este número cero se ha confeccionado con varios de los trabajos presentados en la asignatura Técnicas de Periodismo Científico en Prensa y Revistas y un artículo de análisis comparativo presentado para Periodismo y Comunicación de la Tecnología. Todos los textos son de autoría propia con seudónimos. La maquetación se realizó en el programa Microsoft Publisher ante la falta de tiempo para dominar Adobe InDesign, que es un software más apropiado. Para la elaboración del primer número sí se contará con la colaboración de un diseñador.

En cuanto a la elaboración del proyecto, fue el factor tiempo el que más falta hizo para detallar con más precisión las actividades que se realizarán. Sin embargo, en el interín, se ha conversado por correo, teléfono y presencialmente con personas interesadas en formar parte del equipo que elaborará la revista. Estas personas desean apoyar a la revista sin ánimos de lucro y solo por amor a su profesión; sin embargo, la experiencia de las otras revistas demuestra que los proyectos necesitan de financiamiento para sostenerse en el tiempo y estos deben venir de un patrocinador o generar sus propias fuentes de ingreso. Es decir, todos los colaboradores deben recibir un reconocimiento económico por su labor.

### **1.3. El nombre de la revista: Otlet**

Paul Otlet (Bruselas, 1868-1944) fue un abogado apasionado de los libros y las bibliotecas e interesado en recopilar la información documental a escala mundial. Junto al ganador del premio Nobel de la Paz de 1913, Henri La Fontaine, fundaron el Mundaneum, un centro de documentación universal en la ciudad de Mons, Bélgica. Hoy es un lugar de la memoria, pero no lo que fue en su momento porque debido a intervenciones bélicas sufrió muchas pérdidas.

Paul Otlet fue además autor del *Tratado de la Documentación* (1934). Sobre este libro, escribe Montilla Peña (2013):

[...] expone una metaciencia que está más allá de las prácticas científicas tradicionales de la bibliotecología, la archivología y la museología de acuerdo a su contexto, donde Otlet logra articular la ciencia, la tecnología y la sociedad originando así una ciencia moderna de carácter universal. (p. 57)

Por lo que señala Montilla es que se conoce a Otlet como el padre de las ciencias de la documentación, porque incluso fue creador de otras iniciativas como el Repertorio Bibliográfico Universal y el Sistema de Clasificación Universal (CDU).

Al cabo de varios años, tristemente el Mundaneum de Paul Otlet cayó en manos del ejército alemán durante la Segunda Guerra Mundial. A pesar de eso, la figura de este hombre inspira a la revista por ser un intelectual ambicioso de su época, por lo que se quiere que ese espíritu vanguardista se contagie entre los profesionales de la información. Paul Otlet personaliza y da imagen a la revista.

Antes de elegir el nombre de Otlet, se realizó un *naming*. Esta es una sencilla técnica que consiste en listar varios posibles nombres y elegir el más adecuado. Esta fue la lista compuesta por 40 nombres (normalmente la lista debe ser de 100):

1. Anaquel
2. Área de interés
3. Área general
4. Babel arena
5. Babel viva
6. Biblioteca mundial
7. Biblioteca nocturna
8. Códex
9. Código
10. Compendio
11. Conexión
12. Conocimiento
13. Dígito
14. Diseminación
15. El bibliotecario ilustrado
16. La ciencia de Paul Otlet
17. El dato oculto
18. Eratóstenes
19. Esquemas
20. Filtros
21. Fuente documental
22. Guillermo de Baskerville
23. Implementemos
24. Información clasificada
25. Innovación
26. La casa del Quijote
27. Library
28. Naudé
29. Nota general
30. Otlet
31. Palabra clave
32. Prometeo
33. Punto de información
34. Registro general
35. Registros y tendencias
36. Science Information
37. Serendipia
38. Unidad de Información
39. Véase
40. Yachay Punku

## 2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

### 2.1. Líneas de investigación en biblioteconomía y documentación

Antes de desarrollar el planteamiento de la revista, es necesario comentar el estado en que se encuentra la biblioteconomía y documentación actual partiendo brevemente desde su evolución histórica, no sin antes mencionar que a lo largo de este trabajo se usará indistintamente biblioteconomía y ciencias de la documentación (como se dice en España) o bibliotecología y ciencias de la información (como se dice en Latinoamérica) con fines prácticos.

Según Múñera Torres (2018), antes que la biblioteconomía existiera como una profesión, el cuidado de las bibliotecas fue ejercido por eminentes intelectuales. Estas bibliotecas fueron esencialmente almacenes de libros con salas de lectura y nada más; no brindaban mayores servicios. Es en el siglo XIX que se fundan las primeras escuelas de bibliotecarios, L'Ecole de Chartes en París (1822) y la Escuela de Columbia en Estados Unidos (1883). A partir de estos centros de estudios se estilan dos corrientes: la europea con un enfoque humanístico y la americana de orientación pragmática. (pp. 104-105)

Bien entrado en el siglo XX, los estudios en biblioteconomía reciben el influjo de las discusiones sobre la cientificidad de algunas disciplinas puestas en debate por el filósofo Thomas Kuhn. Es así como surgirá la intención de convertir a la biblioteconomía en una ciencia bibliotecaria con bases en la epistemología social que desarrollarán con ahínco Jesse Shera (1903-1982) y Margaret E. Egan (1905-1959) en la Universidad de Chicago (Linares Columbié, 2019, pp. 115-116). Mientras tanto en Europa se estaba formando una ampliación de la biblioteconomía hacia una inquietud intelectual que apuntaba a las características, comportamiento y organización de la información documental más allá de la gestión de una biblioteca. Una figura al respecto fue Paul Otlet, autor del *Tratado de la documentación*, de quien se habló anteriormente en este trabajo. Posteriormente, la informática cambiaría varios modelos de la biblioteconomía tradicional. Señala Múñera Torres (2018):

Como se observa, la formación bibliotecológica se empieza a consolidar durante el siglo XX y en este periodo se definen una serie de enfoques que orientan la educación bibliotecológica con base en influencias de tipo educativo, social, económico, político, científico y tecnológico. Esto influye en el desarrollo teórico e investigativo de la bibliotecología y la ubica como una ciencia que presenta un objeto de estudio propio, con líneas teóricas de investigación y en torno a la cual se gestan diversas propuestas de orientación y de énfasis. (p. 106)

Actualmente, se vive en el contexto de la sociedad de la información, Internet ha cambiado muchas cosas y, si bien varios modelos tradicionales están desfasados, la disciplina se está adaptando a través de una mirada constante a las transformaciones sociales, económicas y tecnológicas. Sociales porque en la sociedad de la información las personas consumen información todo el tiempo y de forma fácil, rápida, fragmentada y superficial; económica porque la información resulta ser un activo para la toma de decisiones políticas y de negocios, algo que se ve, por ejemplo, en los estudios que miden

el impacto de la investigación científica nacional e internacional en aprovechamiento de los Estados y las industrias; y tecnológico porque, innegablemente, es la tecnología la que produce constantemente nuevos productos cuyos insumos suelen incluir la gestión de datos e información, siendo que se habla siempre de big data, internet de las cosas, inteligencia artificial, realidad aumentada, etcétera. A las ciencias de la documentación le llama la atención todos estos temas y pretende tomar un poco de cada cosa y adaptarlo para aumentar su corpus de conocimientos y para crear mejores productos y servicios.

Para analizar un poco más las áreas de estudio en biblioteconomía y documentación, se realizó una búsqueda por categorías de investigación en la Web of Science (WoS) aplicando un poco lo aprendido en la asignatura de Cienciometría. Al buscar por la categoría SU=Information Science & Library Science (Ciencias de la Información y Bibliotecología), se obtuvo como resultado un total de 463 mil seis registros. Como la bibliotecología es una profesión de aplicación multidisciplinaria, está acompañada de otras categorías, especialmente de las ciencias de la computación (89,295 resultados), negocios y economía (22,399), otros temas sobre tecnología (16,445) y demás como salud y medicina, educación y derecho.

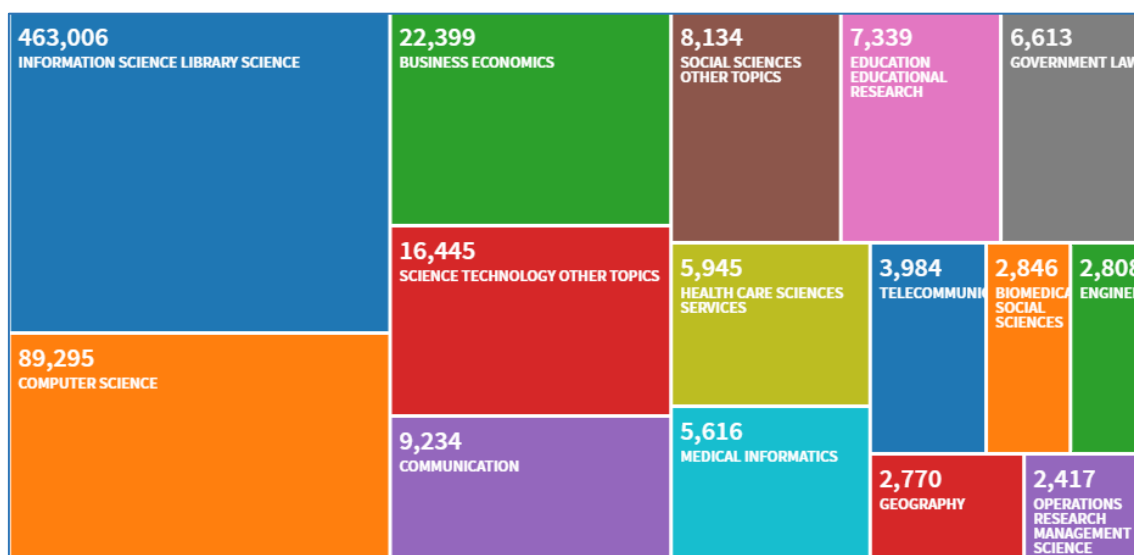


Figura 1. Número de investigaciones en bibliotecología y CC. II.

Fuente: Web of Science. Consulta: 01 de junio de 2019

Pero para saber qué temas son los que más se estudian dentro de la misma categoría, resulta útil consultar el repositorio *E-prints in library & information science* ya que WoS no ofrece esa información a ese nivel de detalle. En la Tabla 1 se muestra que el mayor interés está en los aspectos generales y teóricos sobre bibliotecas e información, pero otro grupo de interés tiene que ver con los estudios que miden el uso de la información y su enfoque sociológico. Las fuentes de información en todos sus soportes, tanto físicos como electrónicos, también ocupan un lugar importante, mientras que en el cuarto lugar los temas sobre tecnología bibliotecaria y de información como son los que tienen que ver con los sistemas integrados, catálogos, redes, automatización, dispositivos móviles y otros indican la importancia de la tecnología en la bibliotecología.

**Tabla 1. Áreas temáticas y producción en bibliotecología y CC. II.**

Áreas	Número de registros
Aspectos generales y teóricos sobre bibliotecas e información	21081
Bibliometría, uso de la información y sociología de la información	6050
Fuentes de información, soportes y canales	5600
Tecnologías de la información y tecnología bibliotecaria	4047
Bibliotecas y colecciones físicas	3574
Tratamiento de la información y servicios de información	3514
Usuarios, alfabetización y lectura	2393
Industria de la información y formación profesional	2383
Editoriales y temas sobre derecho	2023
Administración	1909
Servicios técnicos en bibliotecas, archivos y museos	1796
Tecnologías de la infraestructura, espacios y arquitectura	247

Fuente E-prints in library & information science. Consulta: 01-06-2019

En el ámbito peruano, De la Vega-Ramírez (2019, p. 172) recoge las líneas de investigación de la bibliotecología nacional a partir de las dos únicas universidades que forman a estos profesionales: Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) y la Pontificia Universidad Católica del Perú. Nuevamente, se reconoce un interés en otras disciplinas que van desde la informática hasta el arte y la cultura de masas.

Líneas de investigación bibliotecológica en la UNMSM:

- Sociedad y nuevas tecnologías de comunicación e información.
- Acceso a la información, derechos y libertades informativas.
- Realidad y futuro de las redes sociales.
- Información como producto.
- Organización de la Información.
- Servicios y usuarios de Información.
- Tecnologías de la información y desarrollo de la investigación académica científica.
- Manifestaciones lingüísticas en la red.
- Comunicación por sistemas de señas y otros no verbales.
- Protección de la propiedad intelectual y de datos personales.
- Comunicación, desarrollo y medio ambiente.
- Comunicación y divulgación de la investigación científica.
- Ética y deontología de la información y la comunicación.
- Humanidades, educación y TIC.
- Desarrollo y mejoramiento de las tecnologías de la comunicación y de la información.
- Arte gráfico, fotografía y nuevos medios audiovisuales en Perú y Latinoamérica.
- Arte y cultura de masas.

Líneas de investigación bibliotecológica en la PUCP:

- Comunicación científica.
- Gestión de la información y del conocimiento.
- Alfabetización informacional, comportamientos de búsqueda y uso de información.
- Acceso a la información y democratización del conocimiento.
- Formación, investigación y mercado laboral en ciencias de la información.

## 2.2. Revistas de divulgación profesional en biblioteconomía y documentación

La divulgación profesional en biblioteconomía se mueve por varios canales: boletines, blogs y podcasts. En España, por ejemplo, es muy conocido entre la comunidad bibliotecaria el trabajo de difusión que se realiza a través de Universo Abierto, el activo blog de la biblioteca de la Facultad de Traducción y Documentación de la Universidad de Salamanca. Esa misma universidad financia Planeta Biblioteca, una radio podcast que presenta entrevistas a diversos personajes académicos, líderes y representantes de compañías del mundo bibliotecológico y editorial. Por otra parte, varias bibliotecas y centros de documentación publican boletines con mayor o menor calidad. Un boletín bien elaborado es el Boletín del Centro de Estudios de Bibliotecología de la Sociedad Argentina de Información. Lo que casi no existe en la disciplina son revistas de divulgación profesional.

Restrepo Escobar (2018) considera que existen dos tipos de revistas académicas: las revistas científicas y las revistas de divulgación. La primera se encarga de dar a conocer el resultado de las investigaciones de acuerdo a un marco político mientras que la segunda se centra en la reflexión. De este modo, las revistas de divulgación dentro de una profesión, si bien no tienen el peso de una revista científica, ayudan a crear debate:

En conclusión, mantener dentro de un proceso académico las revistas de divulgación, es posibilitar a profesionales en formación y en general a los docentes de un área, generar reflexiones, acercamientos teóricos y ejercicios investigativos que pueden consolidarse en investigaciones propiamente dichas en la formación científica. Las revistas de divulgación son pilares en la construcción de nuevo conocimiento y en la alternativa para diversificar los intereses académicos de un área; son la oportunidad de acercarse a los procesos escriturales, a las ideas para construir proyectos de investigación y la oportunidad de generar comunidad académica. (p. 7)

Existen muchos artículos y libros que han estudiado minuciosamente la producción, impacto y contenido de las revistas científicas; pero no es el caso de las revistas de divulgación especializadas en una disciplina académica. Peor aún, no se ha ubicado ningún análisis respecto a revistas de divulgación en biblioteconomía y documentación, aunque sí existe ese tipo de revistas. Algunas consolidadas internacionalmente son:

**American Libraries Magazine:** Es una revista profesional consolidada en Estados Unidos. Es editada por la American Library Association (ALA), una organización fundada en 1876. Publica 6 números al año en formato impreso y ocasionalmente cuelga reportes o algunos números en versión digital a través de su página web



(americanlibrariesmagazine.org). La revista resulta tan interesante que tiene suscripciones con bibliotecas de Canadá y México. La revista también se puede consultar a texto completo a través de bases de datos como EBSCO o ProQuest. Un dato interesante es que ALA realiza convocatoria para pasantías de tres meses en la redacción de la revista a aquellos interesados en realizar una carrera en periodismo.

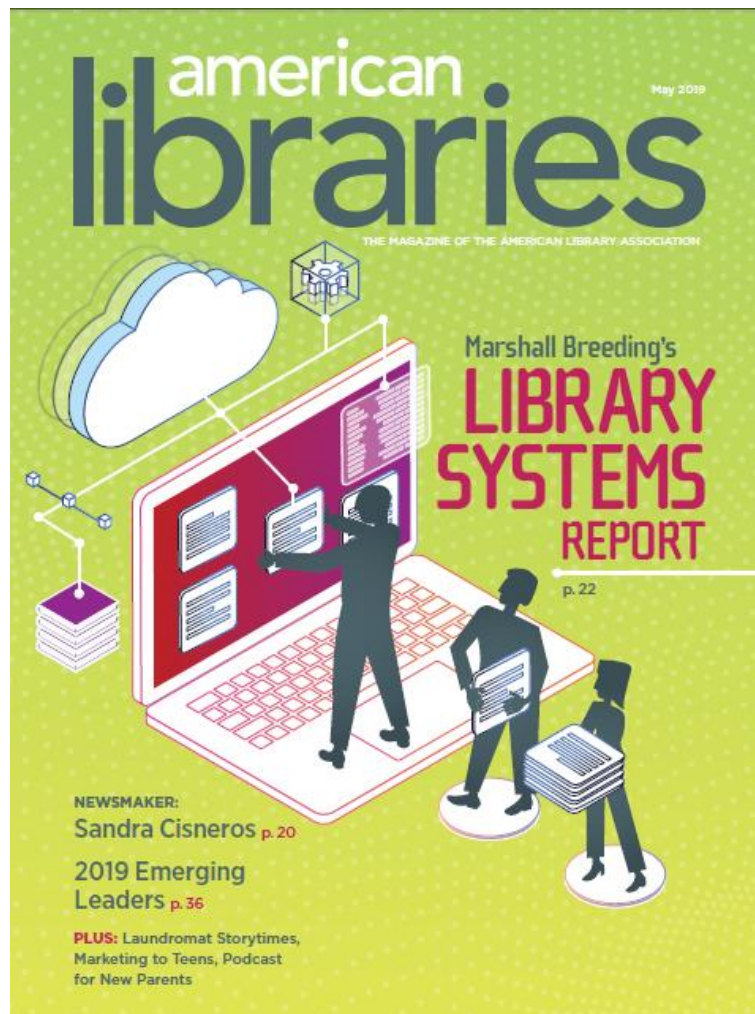


Figura 2. Portada de la revista *American Libraries*

**Library Journal:** Es una revista que cuenta con todo un staff dedicado a editar, redactar, diseñar y vender como cualquier otra publicación de divulgación científica. La revista se lee impresa o digital según el tipo de suscripción. El modelo de negocio de Library Journal es de diversificación de servicios; un equipo de la revista se dedica también a realizar eventos, organizan premiaciones a las mejores bibliotecas, etcétera. (www.libraryjournal.com)



Figura 3. Portal web de *Library Journal*

**Archimag:** Es una revista francesa de biblioteconomía, documentación y sobre todo de archivística. Es editada por el grupo Serda, un conjunto de especialistas asesores en gestión de información documental que trabaja desde 1985. Es de publicación mensual y ofrece, además de noticias, informes periódicos con indicadores y otra información útil para la toma de decisiones o para el insumo de investigaciones científicas. ([www.archimag.com](http://www.archimag.com))



Figura 4. Portadas de la revista *Archimag*

Cabe señalar que muchas otras revistas de nicho en biblioteconomía y documentación suelen ser efímeras, especialmente cuando es creada por grupos de estudiantes que, además, realizan un esforzado trabajo que sin embargo siempre es amateur. Sus revistas empiezan como de tipo divulgativo, pero luego se desorientan hasta copiar el modelo de revista científica en acceso abierto, lo cual se convierte en una operación tediosa de búsqueda de artículos originales gratuitos que penosamente llega a ser revisado por un comité científico, lo cual desgasta a los editores pues no reciben nada a cambio, más que

el frágil placer de la edición. De este tipo se ven muchos que se encuentran ya truncados en Internet. Por otro lado, se han editado innumerables boletines digitales cuyo contenido normalmente no es original, sino que presentan extractos o resúmenes con enlaces a las noticias completas en sitios web de terceros.

Los bibliotecarios sin nociones claras en industria editorial o periodismo no diferencian muy bien entre los contenidos de una revista de divulgación profesional, un boletín y una revista científica. Realizan proyectos muy bien intencionados que se truncan debido al agotamiento al cabo del lanzamiento de algunos números.

En el caso peruano, las revistas que circularon antes del boom de la investigación científica fueron básicamente boletines y repertorios bibliográficos. En la actualidad, a excepción de la revista *Biblios* —que empezó como una publicación de noticias y artículos de opinión y que desde el 2007 es una revista arbitrada de colaboración internacional— ninguna otra revista estrictamente bibliotecológica existe en el medio local, ni científica ni de divulgación, a excepción de *Fénix* que es editada muy irregularmente por la Biblioteca Nacional del Perú, pero cuyos contenidos en las últimas ediciones no han tenido un cuidado suficiente. De la Vega-Ramírez (2019) anota:

Además de *Fénix*, circularon en nuestro medio las siguientes revistas: *Boletín de la Biblioteca Nacional* (1944-2001); *Gaceta Bibliotecaria del Perú* (1963-2003); *RIDECAB, Revista de Documentación e Información Educativa del Instituto Nacional de Investigación y Desarrollo de la Educación* (1980-1986); *Claustro Pleno* de la EAP de la UNMSM (1983-1986); *Bibliotecólogos*, del Colegio de Bibliotecólogos del Perú (1997-2006); *Biblios*, Revista Electrónica de Bibliotecología y Ciencias de la Información (1999 - continúa publicándose); *INFOBIB*, revista de la EAP de ByCI de la UNMSM (2001-2006); *Bibliodocencia*, Revista de Profesores de Bibliotecología (2004-2007); *Alexandria*, Revista de Ciencias de la Información de la PUCP (2004-2014), *Accessbib*, Revista de Bibliotecología y Ciencias de la Información (2012-2015). (p. 173)

### **3. OTLET: PROYECTO DE UNA REVISTA DE ACTUALIDAD Y DEBATE PARA PROFESIONALES DE LA DOCUMENTACIÓN**

#### **3.1. Definición de objetivos**

La revista Otlet, en homenaje a Paul Otlet, padre de la ciencia de la documentación (ciencias de la información en Latinoamérica), será una publicación profesional dirigida a especialistas de esta disciplina cuyo fin será realizar divulgación científico-profesional. Será distribuida en formato impreso hasta que, conforme vaya creciendo la audiencia y los anunciantes, se puedan cubrir los costos para migrar a la edición digital a través de plataformas de venta por suscripción. Definitivamente no será una revista científica de revisión por pares, porque de ese tipo existen varias. Otlet tendrá carácter divulgativo. Tomará las publicaciones de las revistas de impacto y las tratará a través de notas, reportajes y reseñas críticas de modo tal que los profesionales bibliotecarios puedan profundizar si se les apetece o, en todo caso, puedan estar simplemente al día de aquello que es considerado lo más reciente en la disciplina sin tener que invertir demasiado tiempo en la lectura de artículos densos y normalmente complejos.

#### **Objetivo general**

Fomentar la divulgación científico-profesional de la especialidad de biblioteconomía y documentación elaborando contenidos con aplicación de las técnicas y tipos de piezas del periodismo científico.

#### **Objetivos específicos**

- Proponer la revista Otlet como medio de difusión para los profesionales de biblioteconomía y documentación.
- Elaborar el plan de comunicación de la revista y sus contenidos periodísticos (noticias, entrevistas, reportajes y columnas de opinión).
- Planificar las actividades y presupuestar los costos de lanzamiento de la revista.

#### **3.2. Justificación de la revista con base en la CPCC**

La revista Otlet se justifica en la ausencia de revistas de divulgación profesional realizadas con criterios periodísticos dirigido a un público especializado en bibliotecología. Con esta revista podrán estar enterados de los últimos temas de la disciplina, especialmente los que están más cercanos a la tecnología y la investigación científica, y podrán entenderlo en un nivel divulgativo, pero que puede animar a los lectores a explorar con mayor profundidad los temas que le hayan interesado. Pero antes hay que tener la certeza de que está trabajando con Comunicación Pública de Contenidos Complejos (CPCC)

Para saber que se está tratando CPCC en una revista para bibliotecarios tienen que cumplirse las cinco condiciones que Graiño (2011) señala: condición de complejidad,

condición de diferencia de conocimiento del contexto, condición de irrelevancia, condición de mediaticidad y condición de asimetría numérica (p. 24-26):

1. Condición de complejidad: Son mensajes técnicos y científicos, por tanto, complejos.
2. Condición de diferencia de conocimiento del contexto: Aunque la diferencia de conocimiento del contexto dentro de una misma disciplina no es tan grande, sí existe. Por ejemplo, El emisor puede ser un investigador especializado en un área como la cienciometría y manejar conceptos y teoremas que no todos los bibliotecólogos conocen bien. Para usar sus conceptos se requiere explicar algunas nociones de matemática y estadística.
3. Condición de irrelevancia: Existe de forma segmentada dentro de la audiencia. Por ejemplo, quien trabaja en el desarrollo de un sistema CRIS (Current Research Information System) en institutos de investigación y universidades puede no estar interesado en las nuevas tecnologías para mejorar la infraestructura ecológica de las bibliotecas públicas. Por eso, para hacer que ambas áreas sean valoradas es importante analizar la atribución de relevancia que el receptor le da al emisor para aceptar que, aunque aquello que le cuenta no le afecta directamente, le puede resultar interesante.
4. Condición de mediaticidad: Está dada por el mero hecho de tratarse de un medio de comunicación.
5. Condición de asimetría numérica: Queda dada por el motivo que 4.

Graíño (2011) considera que “parte de la difusión científica y de la comunicación **dentro de la propia comunidad científica**” (p. 29) sí cumple con las cinco condiciones para reconocer los terrenos de la Comunicación Pública de Contenidos Complejos. En ese sentido, se justifica que la elaboración de una revista especializada en difundir conocimientos bibliotecológicos para la misma comunidad bibliotecaria es francamente periodismo científico y, obviamente, periodismo especializado.

### 3.3. Análisis DAFO

#### Debilidades

- Capacidad de inversión media
- Inexistencia de un espacio físico o ambiente de trabajo para varios redactores
- Primera experiencia en gerenciar un proyecto editorial de una revista de divulgación
- Dificultades económicas para adquirir una plataforma que permita la venta por suscripción a la revista en edición digital

#### Amenazas

- Poco tiempo que tienen los profesionales para leer una revista de divulgación en tiempos de sobreinformación
- Regulación engorrosa para emprender un negocio editorial formal

- Posibles problemas en la distribución del producto
- Competencia con las revistas gratuitas de divulgación profesional en Internet

#### Fortalezas

- Conocimiento profundo de los personajes e instituciones de la biblioteconomía y contactos personales.
- Equipo de profesionales interesados en la divulgación académica y con experiencia en la edición de una revista
- Conocimientos en periodismo especializado y comunicación científica gracias al máster en Periodismo y Comunicación de la Ciencia, Tecnología, Medio Ambiente y Salud de la UC3M.
- Conocimientos acerca de cómo opera la industria editorial

#### Oportunidades

- Existencia de pocas revistas de divulgación en biblioteconomía y documentación que, además, descuidan la calidad en el diseño y en los contenidos.
- Interés de las instituciones y empresas de bases de datos, librerías y servicios bibliotecarios por colocar su publicidad en una distinguida revista de divulgación dirigida a sus clientes potenciales.
- Tecnologías gratuitas para la elaboración de contenidos y difusión a través de redes sociales
- Eventos, congresos y ferias profesionales donde regularmente se puede distribuir el producto.

### 3.4. Tipo de edición y secciones de la revista

La revista Otlet será editada en versión impresa y sus contenidos serán reportajes, entrevistas, semblanzas, opinión y otros de tipo periodístico.

#### - Tipo de edición

Para empezar, se optó por la edición impresa antes que la versión digital. Esta fue una decisión que tomó mucho tiempo y fue realmente una preocupación inquietante. Sin embargo, gracias al consejo de algunos docentes del máster, se eligió la versión impresa porque la idea es ganar algunos primeros lectores fieles a la revista. Cuando existan los suficientes suscriptores, la idea es dar el salto a una versión digital o web. Si la revista empezase por una edición en Internet, si fuera de acceso restringido difícilmente tendría suscriptores pues la revista no ha calado o no ha ganado ninguna confianza como para que las personas compren un permiso de lectura online. Si la revista fuese de acceso libre, competiría no solo con las otras revistas de acceso abierto, sino que tendría que posicionarse lo suficiente como para retener a los lectores en un entorno donde las personas no consultan información más que para resolver necesidades concretas. Siendo impresa el número de lectores será muy reducido, pero irá incrementando conforme el público vaya reconociendo la calidad de sus contenidos. En la Tabla 2 se explica mejor cuáles son las ventajas y desventajas de la edición impresa frente a la digital.

**Tabla 2. Tipos de soporte: ventajas y desventajas**

Tipo de edición	Revista impresa	Revista en PDF	Revista web
Tiempo que pasa el lector en el contenido	Alto	Medio	Bajo
Comodidad de lectura	Alta	Baja	Alta
Costos de impresión	Sí	No	No
Costos de distribución	Sí	No	No
Costos de soporte digital	No	Sí	Sí
Control de la publicidad	Alto	Medio	Medio
Retorno de la inversión	Mayor por ventas	Mayor por publicidad	Mayor por publicidad

El tiempo que puede pasar un lector en una revista dependerá sobre todo de lo bien escrito y presentado del contenido. Sin embargo, hay otra razón a tener en cuenta y es el tipo de soporte. Un lector se distrae mucho menos leyendo en papel que leyendo digitalmente pues es mucho más fácil que se disperse cuando recibe llamadas o mensajes de texto en el mismo móvil. Si lee en un dispositivo dedicado como un e-reader tal vez la permanencia también sea alta, pero en una versión web la permanencia de lectura definitivamente suele ser muy baja. Aunque, como ya se dijo, si el contenido es bueno, sea el soporte que sea, será leído de forma completa.

Tampoco es muy cómodo leer en un celular una revista que fue subida a plataformas como Issuu o Calameo, pues estas son más útiles para colgar catálogos y no revistas con textos ajustados. En cambio, se puede leer en el móvil una revista web siempre que tenga una versión responsiva. En cuanto al papel, no presenta problema porque estamos acostumbrados a leer de forma tradicional.

La gran ventaja de la revista digital sobre la impresa es que no hay que preocuparse por los costos de impresión ni de distribución. Lo único que hay que pagar, en todo caso, es por el servidor si se trata de una página web. No es muy caro. Por otro lado, para revistas en PDF, Issuu no cobra nada por subir una publicación, sin embargo, cualquiera puede descargar el archivo; se necesita realizar un pago para evitar las descargas; es más, por un precio mayor ofrece opciones más interactivas, el problema es si el lector está dispuesto a pagar una suscripción para lectura digital en este tipo de plataforma. Hay que señalar que como Issuu hay otras parecidas y tal vez mejores, aunque más caras.

Otro problema de la versión digital es que la publicidad puede resultar muy molesta si no se controla su colocación en la página. Lo mejor es que la publicidad se quede solo en la parte superior o hacia un lado, pero esto no siempre se cumple. Al menos la revista Library Journal sí puede controlarlo. En plataformas como Issuu se puede evitar la publicidad suscribiéndose a opción de pago. En formato impreso la publicidad es estática y no molesta a menos que no se abuse de ella.

Finalmente, cuando las ventas de las publicaciones impresas son más fáciles de controlar que la publicidad, pues esta puede tardar en llegar. La rentabilidad por publicidad se empieza a percibir solo después de que la revista se va consolidando y haciéndose conocida. En un inicio, los negocios todavía no tienen la suficiente confianza como para



invertir en marketing publicitario en una revista nueva. Esta tiene que sobrevivir y demostrar por un tiempo sostenible la calidad de sus contenidos y la fidelidad de algún puñado considerable de suscriptores.



Figura 5. Portada de la edición 0 de la revista *Otlet*

Por todas estas razones, al tratarse Otlet de una revista que apenas empezará abrirse paso, lo más conveniente es que empiece como revista impresa, pues en versión digital, si bien llegará a un mayor público, por otro lado, hay un gran riesgo de que ni siquiera sea leída dada la sobrecarga de información y la facilidad con que las personas se distraen en Internet. En cambio, aunque en la versión impresa tampoco genera gran rentabilidad al inicio, es posible ganar la fidelidad de algunos lectores que gusten de la revista por su contenido, su presentación y porque al tenerla impresa pueden tener mayor permanencia de lectura. Al cabo de un tiempo, cuando Otlet sea una revista con mayor sostenimiento, se podrá evaluar la adquisición de una plataforma de pago para la lectura digital exclusivamente para suscriptores.



## - Secciones

Las secciones de la revista Otlet estarán ocupadas por productos periodísticos enfocados en asuntos de biblioteconomía y documentación:

- ❖ Editorial: Ejercerá la posición de la revista sobre un tema de debate o presentará un anuncio importante respecto a las políticas de la revista
- ❖ Actualidad: Presentará las noticias de actualidad con un tono desenfadado, no formal. Tampoco debe redactarse como nota de diario. Tienen que ser como mínimo 4 piezas.
- ❖ Análisis: Realizará una comparación entre dos productos del mercado tecnológico. Aquí se aplicarán las técnicas del periodismo comparativo en donde la información ayudará al lector a tomar una decisión respecto a dos productos parecidos.
- ❖ Entrevista: El tema será siempre sobre un tema coyuntural, relevante o controversial. El perfil del entrevistado se deberá registrar en la entradilla, mientras que el texto con las preguntas y respuestas deberá arrancar inmediatamente con el tema de fondo.
- ❖ Reportaje: Será la pieza más larga de todos los contenidos. No siempre debe ser un reportaje documental y debe evitar parecerse a un ensayo.
- ❖ Opinión: Será ocupado por al menos cuatro colaboradores reconocidos en un área de investigación para que puedan sumar credibilidad a la revista.
- ❖ Semblanza: Dedicado a un profesional documentalista u otro que guarde relación con la bibliotecología o cuya vida haya sido impactada por los libros.

**Tabla 3. Aspectos formales de los contenidos**

Secciones	Número de piezas	Titular	Antetítulo subtítulo	Entradilla	Texto	Apoyo
Editorial	1	25-30 matrices	No	No	250-300 palabras	No
Actualidad	4	25-30 matrices	50-60 matrices	No	150-200 palabras	No
Análisis	1	40-50 matrices	80-100 matrices	No	1000-1500 palabras	Cuadro comparativo
Entrevista	1	80-100 matrices	80 matrices	150-200 palabras	1000-1100 palabras	No
Reportaje	1	40-50 matrices	120 matrices	150-200 palabras	2000-2500 palabras	200 palabras
Opinión	4	30-40 matrices	No	No	300-350 palabras	No
Semblanza	1	40-50 matrices	80 matrices	No	450-550 palabras	No

### 3.5. Análisis de la competencia

Apoyándonos en lo recientemente dicho acerca de la permanencia de lectura, no existe competencia para Otlet porque las revistas de divulgación profesional amateurs se han editado en digital y en abierto, por lo cual no han resistido tanto tiempo pues no han encontrado aliados sostenibles ni publicidad para sobrevivir sin ventas. Además, sus contenidos no han sido periodísticos, algo que Otlet sí tiene a su favor pues en su creación se es consciente de que el lector no lee la revista solo por la ostensión de relevancia que

le da el que redacta los contenidos, sino que es necesario que se apliquen técnicas y estrategias para retener al lector. Ese fue el problema de las revistas que no se editan más y, en cambio, con la revista Otlet se debe evitar. El lector no lee una revista de divulgación porque “debe” sino porque “le parece interesante”.

Pero la competencia para Otlet podría llegar desde otros canales de divulgación que incluso tienen más presencia en la red y hasta pueden considerarse posicionados en la comunidad. Por ejemplo, es posible que un posible lector se pregunte para qué comprar una revista si puede estar informado escuchando gratuitamente los podcasts de Planeta Biblioteca, que es la radio de la Universidad de Salamanca.

Lo que ofrece la revista Otlet a diferencia de los otros canales de divulgación:

- Única revista impresa de divulgación bibliotecológica más cercana a la realidad de la bibliotecología peruana.
- Una revista que genera sus propios contenidos y no copia los contenidos o extractos de otras fuentes como hacen los boletines.
- La revista tiene el respaldo de un profesional bibliotecólogo con una especialidad en periodismo científico.
- La revista tendrá su página web, con lo cual potencialmente podría generar contenidos con la misma calidad que los podcasts de Planeta Biblioteca, mientras que las noticias más inmediatas pueden aparecer como las presenta el Boletín del Centro de Estudios Bibliotecológicos de la Sociedad Argentina de Información.
- La revista no será cargada como PDF en ninguna plataforma o al menos después de agotar el tiraje impreso y pasados unos meses, pues la lectura en PDF no es muy cómoda para el usuario a menos que la lea en una laptop o en una PC de escritorio.

### **3.6. Público objetivo**

El público objetivo son los bibliotecólogos estudiantes, egresados y licenciados que viven principalmente en la ciudad de Lima, pues al ser la revista impresa todavía se debe empezar por un mercado local. No se ha ubicado un observatorio que permita obtener el número total de profesionales y estudiantes. Sin embargo, se obtuvieron los siguientes datos a partir de las tres instituciones importantes: El Colegio de Bibliotecólogos del Perú, la Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la Especialidad de Bibliotecología y Ciencias de la Información de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

- El Colegio de Bibliotecólogos del Perú ha empadronado a un total de 444 licenciados en bibliotecología hasta el año 2018<sup>1</sup>.
- La Escuela de Bibliotecología y CC. II. de la UNMSM es la escuela de mayor cantidad de egresados bibliotecólogos en el Perú. Según el portal Quipucamayoc<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> <http://bibliotecologos.pe/directorio/>

<sup>2</sup> <http://quipucamayoc.unmsm.edu.pe/SeriesEstadisticas/pages/inicio.xhtml>

y el Portal de Transparencia Universitaria de la UNMSM<sup>3</sup>, cada año egresa un promedio de 40 sanmarquinos de esta carrera. De estos egresados no todos llegan a obtener la licenciatura inmediatamente y, menos aún, se habilitan en el Colegio de Bibliotecólogos.

**Tabla 4. Estudiantes y egresados de Bibliotecología UNMSM**

Año	Egresados	Estudiantes
2017	34	262
2016	37	273
2015	27	294
2014	30	277
2013	40	262
2012	33	277
2011	42	273
2010	34	284
2009	48	312
2008	48	299
2007	45	335
2006	48	343
2005	56	401

Fuente: Quipucamayoc/Portal de Transparencia Universitaria UNMSM

- La especialidad de bibliotecología de la PUCP tiene un número muy bajo de egresados. Según el informe *El Mercado Laboral de la Especialidad de Ciencias de la Información* del año 2013, tuvieron solo 59 egresados entre los años 1997 y 2008. El dato más actualizado lo expone De la Vega-Ramírez (2019): “En el caso de la especialidad de la PUCP, desde su creación en 1986 hasta la fecha han obtenido el grado académico de bachiller 88 egresados.” (p. 166)

Por otra parte, no está de más mencionar que los bibliotecólogos pueden trabajar para la empresa privada como para la pública. No siempre trabajan en bibliotecas, también laboran en otros tipos de unidades de información como archivos e incluso ejercen la docencia u ofrecen servicios de información especializada de forma independiente.

Si bien la revista no llegara a ser vendida individualmente a cada bibliotecólogo, puede ser comprada por las mismas bibliotecas. A continuación, se muestra en la Tabla 4 el número de bibliotecas que había registrado el Sistema Nacional de Bibliotecas (SNB) hasta el año 2015. Como se observa, el número de bibliotecas en Lima es el más alto, pero a la vez es muy cruda la realidad al interior de algunos departamentos del Perú, en donde es increíble que no exista ni una sola biblioteca pública o escolar reportada al SNB. Dada esta realidad, la revista *Otlet* empezará por concentrarse en la ciudad de Lima; pero, por supuesto, ayudará en un futuro a conocer la realidad de las zonas marginadas del acceso a la lectura y la educación de calidad.

<sup>3</sup> <http://www.unmsm.edu.pe/transparencia/ingresantes>

**Tabla 5. Bibliotecas registradas en el SNB - 2015**

Departamento	Total	Bibliotecas	Bibliotecas de	Bibliotecas
		Públicas	Educación Superior	Escolares
<b>Total</b>	<b>1 026</b>	<b>72</b>	<b>595</b>	<b>359</b>
Amazonas	15	0	14	1
Áncash	47	3	31	13
Apurímac	39	1	35	3
Arequipa	21	0	21	0
Ayacucho	57	0	23	34
Cajamarca	33	0	33	0
Cusco	21	0	20	1
Huancavelica	18	0	18	0
Huánuco	17	2	16	0
Ica	27	2	16	9
Junín	35	6	28	1
La Libertad	39	0	39	0
Lambayeque	15	0	15	0
Lima 1/	472	55	125	292
Loreto	21	0	21	0
Madre de Dios	5	0	5	0
Moquegua	11	0	11	0
Pasco	23	1	21	1
Piura	29	0	29	0
Puno	39	0	36	3
San Martín	16	1	15	0
Tacna	6	0	6	0
Tumbes	5	0	5	0
Ucayali	14	1	12	1

**Nota:** A partir del Año 2015 se registra efectivamente el N° de Bibliotecas Escolares en cumplimiento de la Ley N° 30034 - Ley del SNB y su Reglamento y la Directiva N° 004-2015-BNP

1/ Hasta el año 2008 las Bibliotecas de la Provincia Constitucional del Callao se incluyeron en el departamento de Lima.

Fuente: Biblioteca Nacional del Perú (BNP) - Oficina General de Desarrollo Técnico

Elaboración: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI

En resumen, el mercado de profesionales de bibliotecología no es muy grande en el Perú, aunque la necesidad de ellos en las zonas alejadas de Lima sea más latente. Entre los dos centros de formación (UNMSM y PUCP) no egresan al año más de 50 estudiantes. Si se multiplica esa cantidad por los últimos 15 años se tienen alrededor de 750 bibliotecólogos (entre colegiados y no colegiados). No obstante, es factible que no todos se encuentren ejerciendo la carrera o tampoco se encuentren viviendo en el Perú. Pero ese déficit se supera un poco con los estudiantes de bibliotecología que son aproximadamente 250 al

año. En total, componen aproximadamente mil, entre estudiantes y egresados, el público objetivo.

Por otra parte, si la revista fuese dirigida a las bibliotecas, esta podría ser demandada mayormente por las bibliotecas de educación superior, pues suelen contar con mejor disposición de compra que las bibliotecas públicas. Sin embargo, se trata solo de casi 600 bibliotecas universitarias o de institutos. Tampoco es mucho.

Por todo eso, tratándose de una revista impresa, la cantidad de ejemplares debe ser modesta. **300 ejemplares es el número que recomiendan los editores para lanzar una nueva publicación al mercado** y ver a partir de allí la demanda.

### 3.7. Estrategia y plan de comunicación

La idea es aprovechar las redes sociales, la página web y los foros profesionales en internet para crear una comunidad seguidora de la revista resaltando que esta publicación, si bien es de divulgación, su fin es fomentar la discusión académica sobre los temas en boga, de modo tal que el profesional pueda considerarse un bibliotecólogo culto y bien informado de los avances en las otras especialidades de su disciplina sin necesidad de profundizar en todas a menos que sea de su interés. El objetivo inicial de este proyecto es crear marca y comunidad. Para empezar, será necesario generar intriga sobre el producto durante un lapso de 3 semanas previas a su lanzamiento oficial durante la segunda semana de noviembre de 2019.

#### 3.7.1. Definición de la comunicación

- a) Tono de la marca: Otlet será una revista que se distinguirá por fomentar el debate profesional y no por ser simplemente una revista sobre personas o instituciones, sino sobre descubrimientos, asuntos polémicos, epistemología, tendencias, etc. Esa será su marca comercial, pero sobre todo será su marca *intelectual*. Además, no tendrá la naturaleza de los boletines cuyos contenidos normalmente son tomados de otras fuentes. Otlet elaborará contenidos originales con un estilo ágil, ameno, incluso entretenido, pero a la vez serio, responsable con lo que informa y cuidadoso en su diseño.
- b) Objetivo del negocio: El objetivo se define de acuerdo al momento del periodo de vida del producto, es decir, de acuerdo a su fase inicial o fase de consolidación. De este modo, los objetivos del negocio se establecen en tres periodos:
  - Objetivo a corto plazo: Crear interés en la marca de la revista y ganar una comunidad básica de seguidores.
  - Objetivo a mediano plazo: Posicionar la confianza en la revista profundizando la marca del producto, incrementar la comunidad y fortalecer la relación para sistematizar la información sobre sus necesidades e intereses.
  - Objetivo a largo plazo: Internacionalizar el reconocimiento de la marca de la revista y colocarse como un referente en la divulgación bibliotecológica de tal modo que bibliotecas extranjeras se suscriban a nuestro producto y tenga participación activa en los grandes eventos. Sobre todo, que cuando la revista saque una nota, entrevista o reportaje sobre el proyecto individual o colectivo de

una persona o institución, estos se sientan orgullosos de haber aparecido en una publicación que da buena fama a los profesionales destacados; aunque, por otro lado, también es capaz de denunciar las malas praxis.

### **3.7.2. Marketing**

#### **a) Producto**

- Revista de periodicidad trimestral
- Formato de edición: impreso
- Tiraje: 300 ejemplares
- Tamaño: A4
- Número de páginas: 24 páginas a todo color
- Tipo de papel: Cuché

#### **b) Distribución**

Para hacer conocida la publicación es necesario empezar por acercarla físicamente a los profesionales y no que ellos lleguen a ella porque será poco probable. En ese sentido, la principal forma de distribución será en los congresos y ponencias de mediana y alta convocatoria, para lo cual será necesario negociar con los organizadores espacios para vender la revista a cambio de promocionar sus eventos en nuestra web y escribiéndoles alguna nota. Las otras formas de distribución posible son:

- Envío a suscriptores
- Colocación en librerías de las facultades donde se enseña la carrera
- Distribución a través de la librería universitaria LIBUN, que llega a todas las bibliotecas de educación superior del país.

#### **c) Promoción:**

- Fecha de lanzamiento: Segunda semana de noviembre
- Lugar de lanzamiento: Probablemente en el Auditorio de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos o de la Pontificia Universidad Católica del Perú
- Alcance de la convocatoria: Aproximadamente 200 personas por auditorio.
- Canales de promoción: Página web de la revista y a través de redes sociales en Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter y foros profesionales.

#### **d) Precio**

- Treces soles es un precio justo para una revista nueva. El ingreso neto por todas las revistas vendidas será de tres mil novecientos (3900) soles.

### **3.7.3. Estrategia creativa de la marca**

- #### **a) Nombre del producto:** Otlet. Los bibliotecarios reconocen en Paul Otlet (Bélgica, 1868-1944) al fundador de las ciencias de la documentación. Fue un personaje muy esforzado y un gran innovador, autor del Tratado de la Documentación. Por su entrega, vocación y logros alcanzados, fue un profesional ejemplar que llegó a codearse con personalidades de su época famosas en todo el mundo. Dar su nombre a la revista da luces de las intenciones de los temas que se tocan.

- b) Slogan: *Otlet, la revista de actualidad y debate para los profesionales de la información*



Figura 6. Slogan de *Otlet* sobre el logo

- c) Logo: En altas el título OTLET. La O es un ojo que observa detrás del lente de un antejo. Representa el análisis, la atención de los temas importantes y el examen crítico. Para crear iconos tipo favicon o la foto de perfil para Facebook, se utilizará como isotipo el ojo sin las letras.

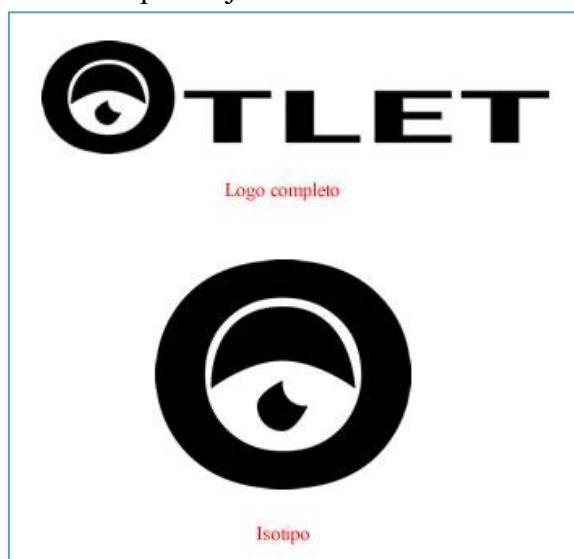


Figura 7. Logotipo e isotipo

### 3.7.4. Canales de comunicación

La campaña de intriga se realizará básicamente por los canales de comunicación 2.0. Estos serán: una página web y redes sociales.

- a) Web de la revista: Es de suma importancia que la revista tenga un portal web propio. La página será el eje de las comunicaciones de la revista. Todo contenido de difusión será colocado en la web y compartido en las redes sociales; inversamente, videos de entrevistas o eventos subidos a YouTube se incrustarán en la web. Deberá tener por lo menos las siguientes secciones:
- Noticias: Con información de difusión de actividades, presentaciones y adelantos de los contenidos de la revista
  - Quiénes somos: Información sobre los miembros de Otlet
  - Envía tu artículo: Indicaciones para las personas interesadas en enviar sus colaboraciones para que sean publicadas en Otlet

- Contacto: Información de contacto
- b) Redes sociales: página oficial en Facebook, LinkedIn Twitter y comunicación a través de los foros profesionales.
- c) Canal de YouTube: Se podrían cargar los videos posteriormente a las presentaciones de Otlet o las entrevistas audiovisuales que complementen los contenidos de la revista.

### **3.7.5. Formas de medición del impacto**

Medir el impacto es importante para poder elaborar reportes que nos permitan demostrar frente a los anunciantes por qué colocar su publicidad en nuestra revista, porque gracias a sus aportes podremos mejorar la calidad y distribución del producto. Básicamente, usaremos las estadísticas que generan Google Analytics con un API incrustado en la página web. También se utilizarán las estadísticas de Facebook.

### **3.8. Colaboración con otras entidades**

Los canales de comunicación externa pueden ser los espacios en los blogs, páginas y sección de noticias de las siguientes instituciones: El Colegio de Bibliotecólogos del Perú, Escuela de Bibliotecología y CC.I de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Escuela de Bibliotecología y CC.I de la Pontificia Universidad Católica del Perú y Biblioteca Nacional del Perú.

La aparición en sus plataformas podría negociarse como una forma de auspicio a través del intercambio de colocación de anuncios publicitarios. Ellos nos darían un espacio en sus páginas y blogs; a su vez, nosotros colocaríamos sus logos como auspiciadores en algún espacio de la revista y escribiríamos notas de sus eventos en la página web de Otlet que luego rebotaríamos en nuestras redes sociales. Esto puede ser usado también para negociar puntos de venta en las mismas conferencias y congresos académicos.

Por otra parte, es importante mencionar a las empresas que más adelante podrían incorporar su publicidad en Otlet. Estas son las compañías que venden bases de datos y diversos tipos de productos tecnológicos a las bibliotecas. Suelen ser empresas cuya rentabilidad es alta y que compiten con sus pares constantemente por ocupar el mayor mercado posible. También las librerías estarían interesadas en Otlet ya que estará cerca de los bibliotecarios que gestionan compras de revistas para sus hemerotecas.

Estas podrían ser las instituciones y empresas con las cuales se podría negociar espacio en sus plataformas o un aporte monetario a cambio de promocionar sus anuncios:

### **Instituciones de formación profesional**

- Escuela de Bibliotecología y CC. II. de la UNMSM  
Como ya se ha venido mencionando antes, es el centro de formación profesional de donde más bibliotecólogos egresan en el Perú. Su importancia radica en la frecuente actividad disciplinar que realiza a través de conferencias, seminarios y



congresos locales. Cualquier publicación debe buscar antes que en cualquier otra institución posicionarse en esta escuela académica.

Contacto: Desconocido

Correo: [eapbib@unmsm.edu.pe](mailto:eapbib@unmsm.edu.pe)

- Especialidad de Ciencias de la Información PUCP

Si bien de esta especialidad egresan muy pocos alumnos, no obstante, su fortaleza radica en las relaciones que tiene con la academia extranjera. La Especialidad de Ciencias de la Información de la PUCP convoca regularmente a expertos del extranjero y participa también con sus investigadores y docentes en las reuniones de más alto vuelo de la disciplina. Ana María Talavera, una de sus profesoras más conocidas, forma parte activa y dirigente de la International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA). Esta especialidad de la PUCP está muy atenta a las novedades internacionales en bibliotecología.

Contacto: Mónica Arakaki

Correo: [monica.arakaki@pucp.pe](mailto:monica.arakaki@pucp.pe)

## **Colegios profesionales**

- Colegio de Bibliotecólogos del Perú

Sus miembros no son muy numerosos; no pasan los 500. Sin embargo, realiza bastante actividad de difusión profesional. El colegio tiene un boletín llamado *Sala Data* que hasta hoy no se ha posicionado como publicación referente. Su fortaleza está en las actividades como congresos y seminarios que realiza y en el nivel de convocatoria que alcanza.

Contacto: Silvia Huallani Chávez

Correo: [bibliotecologosperu@gmail.com](mailto:bibliotecologosperu@gmail.com)

## **Librerías universitarias**

- Libun

Es la librería universitaria con mayor alcance a nivel nacional. Casi todas las bibliotecas universitarias negocian con Libun por el precio de los libros y las ofertas que tiene. Esta librería sería un excelente distribuidor de la revista *Otlet* por su contacto directo con las bibliotecas.

Contacto: Desconocido

Correo: [servcliente@libun.edu.pe](mailto:servcliente@libun.edu.pe)

## **Editoriales universitarias (no fondos editoriales)**

Son varias las editoriales universitarias que podrían estar interesadas en colocar el anuncio de sus novedades en *Otlet* acerca de sus ofertas de libros para que los bibliotecarios puedan recomendar sus adquisiciones.

Las editoriales locales son:

- Editorial Macro: especialista en ingenierías, tecnología y gestión empresarial. Está asociada a la Cámara Peruana del Libro.
- Palestra editores: está enfocada en libros sobre derecho y tributación.

Las editoriales extranjeras con presencia en el Perú: McGraw-Hill y Pearson.

### **Proveedores de bases de datos**

Existen empresas proveedoras de bases de datos de todo tipo, desde académicas como EBSCO y ProQuest, hasta de negocios como DATATRADE, Perú en números, etc. Esta industria de bases de datos también podría estar interesada en posicionar sus productos entre los bibliotecarios a través de un medio de confianza.

## 4. PLANIFICACIÓN Y PRESUPUESTO

### 4.1. Planificación de personas

La revista Otlet, a la vez que es un proyecto de comunicación es también un proyecto editorial, por lo tanto, antes de abordar la planificación es necesario mencionar qué actividades realizará cada una de las personas que conformarán el equipo:

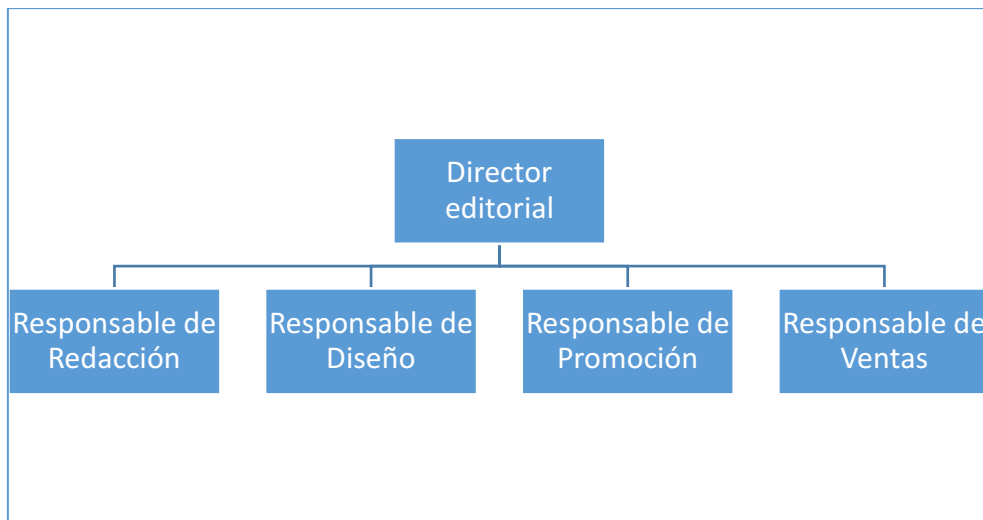


Figura 8. Comité editorial

- **Director editorial:** Es el encargado de supervisar la calidad de la revista en general y da la orden para su producción en imprenta (servicio tercerizado). Realiza el registro ISSN (International Standard Serial Number) en la Biblioteca Nacional y el Depósito Legal, negocia con socios estratégicos (auspiciadores) y coordina con los responsables de redacción, diseño, promoción y ventas la elaboración de los planes y presupuestos.
- **Responsable de redacción:** Es el encargado de gestionar contenidos para la revista poniéndose en contacto con expertos para el envío de artículos de opinión. Examina además la calidad de los textos del equipo de redactores y coordina con el corrector de estilo.
  - **Redactor 1:** Elabora las entrevistas, reportajes, notas de actualidad y la semblanza
  - **Redactor 2:** Elabora el artículo de análisis tecnológico y los contenidos para la web
  - **Corrector de estilo** (tercerizado): Se encarga de revisar y corregir los textos
- **Responsable de diseño:** Su función es elaborar el diseño y la diagramación de los textos, imágenes y publicidad. Trabaja con el encargado de imagen y fotografía, acomoda contenidos en la web y coordina con apoyo tecnológico.
  - **Encargado de imagen y fotografía:** Se encarga de gestionar dibujos y fotografías, compradas, gratuitas o tomadas por el mismo (o por otros

miembros del equipo), para acompañar los contenidos de la revista. Trabaja directamente con el responsable de diseño. También apoya con imágenes al responsable de promoción.

- **Apoyo tecnológico (tercerizado):** Diseña e implementa la página web y realiza otros servicios que requieren soporte técnico.
- **Responsable de promoción:** Se encarga de difundir por canales impresos y digitales los lanzamientos, novedades y actividades que realiza la revista. Gestiona las redes sociales y presenta sus estadísticas.
- **Responsable de producción y ventas:** Su función es analizar los puntos de venta más idóneos y llevar las cuentas.

## 4.2. Cronograma de actividades

### 4.2.1. Actividades de redacción y corrección

- **Inducción, conformación del equipo, presentación del número cero de la revista y propuesta de temas para el primer número**  
En este primer momento, se reunirán a todas las personas que formarán parte de Otlet para explicarles los objetivos de la revista, el estudio de mercado (basado en este proyecto), el flujo de trabajo y las actividades para el lanzamiento del primer número en noviembre. También se presentará el número cero de la revista como base o modelo del primer número y en el que está volcado el tipo de medio que se quiere proyectar.
- **Invitación a expertos colaboradores para secciones de opinión**  
Para tener un contrapeso entre los contenidos preparados por los mismos redactores y otro contenido firmado por especialistas en las diversas materias, el responsable de redacción deberá gestionar como cuatro artículos de opinión, para lo cual tendrá que ponerse en contacto con las personas que considere idóneas, compartir la orientación de la revista, explicar los aspectos formales (número de palabras del título, del texto, etc.) y el precio que pagará.
- **Investigación y redacción para contenidos largos: entrevista, reportaje y análisis**  
Los redactores tendrán dos meses para investigar, recopilar información y redactar los textos.
- **Redacción de contenidos cortos y más coyunturales: editorial, notas de actualidad y semblanza**  
El tiempo de redacción de estos contenidos es menor y está más próximo a la fecha de impresión porque deben ser elaborados con noticias lo más coyunturales posibles.
- **Recepción de artículos de opinión**  
El responsable de redacción recibe o solicita los artículos de opinión para su revisión
- **Edición y corrección de contenidos largos y contenidos cortos**  
Los contenidos largos deben revisarse una semana antes que los contenidos cortos para dar tiempo al corrector de estilo y tener todo listo para la diagramación

#### 4.2.2. Actividades de diagramación e impresión

- **Gestión del ISSN**

Antes de que empiece la fase de impresión, el director editorial se encargará de gestionar ante la Biblioteca Nacional el ISSN de la revista y posteriormente el depósito legal para la Hemeroteca Nacional.

- **Elaboración de la maqueta**

El responsable de diagramación, en coordinación con el responsable de redacción, elabora la maquetación con textos e imágenes falsos para tener todo listo apenas los textos estén culminados. Imprimen además algunas pruebas.

- **Recopilación de imágenes**

El encargado de imágenes y fotografías buscará las que considere útiles para acompañar los textos que vayan llegando a la redacción. También será el encargado de reunir y seleccionar las fotos que se hayan tomado en entrevistas o conferencias a las que hayan asistido los redactores. También recomendará imágenes para las portadas, preferentemente gratuitas y nunca sin omitir los derechos de los autores. En caso sea de vital importancia, se evaluará la compra de algunas fotos.

- **Diagramación, revisión de pruebas y aprobación**

Los contenidos pasan a la fase de diagramación, se realizan algunas pruebas de impresión para cerciorarse de que los tamaños y las letras no se hayan movido. Si todo está en orden el director editorial lleva los contenidos a impresión.

- **Producción en imprenta**

El director editorial será el encargado de contratar a la empresa que imprimirá la revista y gestionará los insumos que hagan falta (placas, papel cuché, hojas de interiores, etcétera). Realizará además el control de calidad.

#### 4.2.3. Actividades de promoción, lanzamiento y ventas

- **Creación y diseño de la página web**

Es importante tener el apoyo de un conocedor de páginas web para que implemente una de acuerdo con los requerimientos que se le designe. El desarrollo de esta web no debe tomar más de un mes.

- **Creación de las redes sociales**

Se debe tener al menos una cuenta en Facebook y LinkedIn. Se evaluará si Twitter e Instagram son también adecuados. Apenas se haya creado la cuenta no se publicará nada hasta que se haya acumulado cierta cantidad de contenidos para postear periódicamente. Al mismo tiempo, se buscarán personas que vayan dando *Me gusta* a la página.

- **Gestión de los lugares donde se presentará la revista**

El director editorial tendrá que buscar y separar los posibles auditorios donde se presentará la revista. Se pondrá en contacto con la Universidad Nacional Mayor

de San Marcos, a la Pontificia Universidad Católica del Perú, la Biblioteca Nacional u otros pertinentes.

- **Elaboración de los contenidos para las redes sociales y la página web**  
El responsable de promoción elabora notas, infografías e imágenes que se utilizarán para promocionar la revista. Después de tener una cantidad considerable se pasa a la fase de intriga promocional.
- **Fase de intriga promocional en las redes sociales**  
Durante tres semanas se realiza una serie de anuncios atractivos y publicados de forma interdiaria y en horarios estratégicos para interesar a la audiencia acerca de una nueva manera de fomentar la investigación científica en bibliotecología.
- **Lanzamiento de la página web, se revela la revista y se anuncia la fecha y lugar de presentación oficial**  
Se anuncia por fin qué significa la aparición de la revista Otlet en el ámbito académico-profesional. Las noticias se cuelgan en la página web recién lanzada y se replican en las redes sociales. Se anuncia además la fecha y el lugar dónde se presentará por primera vez la revista.
- **Lanzamiento oficial de la revista**  
Durante la tercera semana de noviembre se celebra el Día del Bibliotecario Peruano (14 de noviembre). Es una excelente ocasión para aprovechar las actividades que realiza la Escuela de Bibliotecología de la UNMSM que convoca a una buena cantidad de estudiantes, docentes y profesionales.
- **Segunda presentación de la revista**  
Aprovechando esa tercera semana de noviembre, o la siguiente, se presenta por segunda vez la revista en la PUCP o en la Biblioteca Nacional.
- **Evaluación de las ventas, promoción y cumplimiento del plan**  
El responsable de las ventas realiza un informe sobre lo vendido y realiza un balance de costos invertidos; por su lado, el responsable de promoción informa sobre las interacciones de los usuarios con las consultas y visitas en la página web y las redes sociales. Finalmente, el director editorial expone sobre lo cumplido respecto al plan de actividades, reconoce los puntos donde existieron complicaciones y felicita al equipo por los logros.
- **Reunión para la planificación del segundo número**  
Reinician las actividades para planificar el siguiente número en base a la experiencia, se discuten los temas para la siguiente edición y se proponen estrategias de mejora.

**Tabla 6. Cronograma: actividades de redacción y corrección**

<b>Actividad / Responsable</b>	<b>Responsables</b>	<b>Agosto</b>				<b>Setiembre</b>				<b>Octubre</b>				<b>Noviembre</b>			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Inducción, conformación del equipo, presentación del número cero de la revista y propuesta de temas para el primer número	Director editorial y responsable de redacción																
Invitación a expertos colaboradores para artículos de opinión	Responsable de redacción																
Investigación y redacción para contenidos largos: entrevista, reportaje y análisis	Redactor 1 y redactor 2																
Redacción de contenidos cortos y más coyunturales: editorial, notas de actualidad y semblanza	Redactor 1 y redactor 2																
Recepción de artículos de opinión	Responsable de redacción																
Edición y corrección de contenidos largos	Responsable de redacción y corrector de estilo																
Edición y corrección de contenidos cortos (incluye artículos de opinión)	Responsable de redacción y corrector de estilo																

**Tabla 7. Cronograma: actividades de diagramación e impresión**

Actividad / Responsable	Responsables	Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Gestión del ISSN	Director editorial																
Elaboración de la maqueta	Responsable de diseño																
Recopilación de imágenes	Encargado de imagen y fotografía																
Diagramación, revisión de pruebas y aprobación	Director editorial, responsable de redacción y responsable de diseño																
Producción en imprenta	Imprenta (tercerizado)																



**Tabla 8. Cronograma: actividades de promoción, lanzamiento y ventas**

Actividad / Responsable	Responsables	Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Creación y diseño de la página web	Apoyo tecnológico (tercerizado)																				
Creación de las redes sociales	Responsable de promoción																				
Gestión de los lugares donde se presentará la revista	Director editorial																				
Elaboración de los contenidos para las redes sociales y la página web (todavía no se suben)	Responsable de promoción																				
Fase de intriga promocional en las redes sociales (se revela solo el logo)	Responsable de promoción																				
Lanzamiento de la página web, se revela la revista y se anuncia la fecha y lugar de presentación oficial	Responsable de promoción																				
Lanzamiento oficial de la revista	Todo el equipo																				
Segunda presentación de la revista	Todo el equipo																				
Evaluación de las ventas, promoción y cumplimiento del plan	Responsable de ventas y responsable de promoción																				
Reunión para la planificación del segundo número	Responsable de promoción																				

### 4.3. Presupuesto y evaluación del proyecto

Para el primer número de la revista, algunos gastos no se repetirán a menos que quiera realizarse una actualización o mejora; estos son: diseño de la página web y la impresión de un banner. En otros casos, los gastos se harán anuales, tal como corresponde a la suscripción del hosting y dominio web. Por ahora se dirá “reconocimiento” al pago que recibirán los responsables de edición, redacción, promoción y ventas; sin embargo, se espera que con el posicionamiento y atracción de anunciantes los pagos puedan ser mayores. Todos los costos están en moneda peruana (soles).

**Tabla 9. Presupuesto**

<b>Redacción y corrección</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unidad</b>	<b>Costo total</b>
Editorial	1	50	50
Reportaje	1	200	200
Artículo de análisis	1	150	150
Entrevista	1	100	100
Semblanza	1	50	50
Notas de actualidad	4	15	60
Artículos de opinión	4	50	200
Corrección de estilo (cada página)	24	10	240
Fotografías pagadas	10	10	100
<b>Diagramación en impresión</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unidad</b>	<b>Costo total</b>
Selecciones de color	6	70	320
Resma de papel cuché de gramaje 150	2	170	340
Impresión de ejemplares	300		400
Corte y engrampado	300		50
<b>Promoción, lanzamiento y ventas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unidad</b>	<b>Costo total</b>
Dominio página web (pago anual)			40
Hosting página web (pago anual)			84
Diseño página			300
Banner con el logo de la revista	1	1	50
<b>Reconocimiento monetario a responsables</b>			<b>Reconocimiento</b>
Director editorial			200
Responsable de redacción			200
Responsable de diseño			200
Encargado de imagen y fotografías			100
Responsable de promoción			200
Responsable de ventas			200
<b>TOTAL, COSTOS</b>			<b>3834</b>

Para cubrir todos estos costos, deben ser vendidos **295 ejemplares a 13 soles cada revista**. El tiraje que se ha trazado para el primer número es de 300 ejemplares.

El financiamiento de este primer número vendrá de inversión propia sin que esto signifique que sea así para siempre. Para alcanzar la rentabilidad se necesitan al menos tres números publicados y demostrar su permanencia y demanda para acudir a las empresas relacionadas al entorno bibliotecológico y negociar espacios para sus anuncios. Estas empresas, que pueden ser librerías o bases de datos, preguntarán por qué anunciar en Otlet, entonces será necesario mostrar cifras de impacto en la web, en las redes sociales y ejemplares vendidos, todo lo cual certificará y ofrecerá confianza para la colaboración y hacer sostenible el proyecto.

Aunque en un primer momento serán los entusiasmos los que empujarán el desarrollo de los primeros números, los redactores, el diagramador, los responsables de la promoción, el de ventas y todos los demás participantes deben ser reconocidos por su esfuerzo, pues no se lanzará una publicación amateur; será de calidad y profesional desde el primer número. Ese reconocimiento que será monetario será significativo al principio porque los costos no pueden ser muy altos debido a que aumentaría el precio de cada ejemplar, y como se trata de una revista nueva, mientras más cara, menos posible de ser adquirida por el público.

Por otro lado, habrá quien diga para qué vender una revista si muchas se encuentran en acceso abierto; además, las que se venden lucran excesivamente con el conocimiento. Frente a cuestiones de ese tipo la respuesta es sencilla: apoyamos el acceso abierto del conocimiento, especialmente las que producen las universidades e institutos que reciben fondos económicos privados y estatales para eso y además es parte de su función social; respecto a las revistas que se venden, Otlet estaría demasiado lejos de ser como las revistas de Elsevier o Thomson Reuters, lo cual sería una comparación ridícula. Si bien la revista Otlet se vende es para reconocer la inversión de tiempo en investigar, redactar y diseñar que es, al fin de cuentas, un trabajo más de profesionales con buenas intenciones respecto al fomento de una disciplina tan noble como es la bibliotecología.

Finalmente, una etapa muy importante es la evaluación del proyecto posterior al lanzamiento de la revista. Esta será presentada por los responsables de venta, el responsable de promoción y el director editorial. La evaluación consistirá en una lista de cotejo sencilla con los siguientes puntos:

- Número de revistas vendidas
- Número de actividades del cronograma cumplidas a tiempo y a destiempo
- Número de ítems del presupuesto que generaron sobrecostos
- Número de gastos que no fueron presupuestados
- Número de seguidores en las redes sociales
- Número de comentarios y compartidos de los usuarios en la página de Facebook
- Número de vistas a la página web

## 5. CONCLUSIONES

Llegado a este punto del proyecto se espera cumplir con todo lo planificado, aunque no todo tiene que ser rígido si se presentan caminos más provechosos o menos engorrosos. El fin ha sido reconocer el tipo de comunicación que quiere dar la revista, qué estilo usará, a qué público será dirigido y las pautas que se tendrán que seguir para salir a la luz, resultar atractivo y sostener su interés en el tiempo. Sobre todo, que resulte gratificante, más allá de lo económico, para aquellos que participen en su edición y quieran que lo que se investiga a nivel científico no termine solo como un número más en los indicadores de producción académica, sino que los resultados de esas investigaciones puedan difundirse para fines prácticos entre toda la comunidad bibliotecológica, o al menos entre la comunidad local hasta que la revista vaya ampliando sus fronteras. Las conclusiones a las que se haya llegado después de todo lo visto son las siguientes según estos cinco aspectos:

### **Aspectos comunicacionales**

Los contenidos de la revista Otlet son tratados como Comunicación Pública de Contenidos Complejos al cumplir las cinco condiciones que demarcan su pertenencia. Tener claro este punto es fundamental para fomentar la divulgación dentro de la misma bibliotecología.

La marca de la revista Otlet será el de una publicación que difunde las noticias de actualidad, analiza productos para bibliotecas, fomenta el debate profesional y difunde los resultados de las investigaciones académicas utilizando las técnicas del periodismo científico para comunicar contenidos complejos.

Se realizará una pequeña campaña de marketing para anunciar la revista a través de las redes sociales y la página web.

### **Aspectos económicos generales**

La inversión será propia hasta que la revista publique al menos 3 números para presentarse, con cifras de impacto y demanda, a los potenciales auspiciadores. Mientras tantos los costos serán cubiertos por las mismas ventas. El costo aproximado de la inversión será de 3834 soles.

### **Medios**

El equipo que conformará la revista Otlet estará integrado por un director editorial, un responsable de redacción, un responsable de diseño, un responsable de promoción y un responsable de ventas. Cada responsable trabajará con asistentes. Todos recibirán un reconocimiento económico por su participación.

### **Características del medio y su justificación**

La cantidad de bibliotecólogos en el Perú, entre estudiantes y egresados en ejercicio, son alrededor de mil personas. Por lo tanto, la revista se lanzará con una edición moderada. 300 ejemplares es una cantidad adecuada. La revista Otlet será editada en forma impresa a todo color y en tamaño A4, con secciones de actualidad, análisis, entrevista, reportaje, semblanza y artículos de opinión.

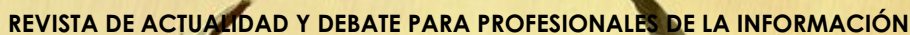
### **Número cero**

Se ha elaborado un número cero de la revista del cual es posible tomar algunos textos y mejorarlos para la primera publicación oficial. Este número cero tienen la función de caracterizar concretamente lo que será la revista Otlet y orientar sobre su realización.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Columbié Linares, R. (2019). Acercamiento a la epistemología social como proyecto teórico de la bibliotecología. *Bibliotecas. Anales de Investigación*, 15(1), 113-120. Obtenido de <http://revistas.bnjm.cu/index.php/anales/article/view/4526/4401>
- De la Vega-Ramírez, A. (2019). La investigación en Bibliotecología y Ciencias de la Información en el Perú: un estado del arte. *Bibliotecas. Anales de Investigación*, 15(2), 159-178. Obtenido de <http://revistas.bnjm.cu/index.php/anales/article/view/4533>
- Graíño Knoble, S. (2011). *La comunicación pública de contenidos complejos*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Madrid, Facultad de Filosofía y Letras, Departamento de Lingüística, Lenguas Modernas, Lógica y Filosofía de la Ciencia, Teoría de la Literatura y Literatura Comparada, Madrid. Obtenido de <https://repositorio.uam.es/handle/10486/10327>
- Montilla Peña, L. J. (2013). El tratado de la documentación de Paul Otlet: una exposición metacientífica. *Biblios*(51), 57-69. doi:10.5195/biblios.2013.93
- Múñera Torres, M. T. (2018). Algunas tendencias de la formación bibliotecológica en América Latina. *Investigación bibliotecológica*, 32(74), 101-122. doi:10.22201/iibi.24488321xe.2018.74.57912
- Restrepo Escobar, S. M. (2018). La importancia de las revistas de divulgación en la formación profesional. *Poiésis*(34), 6-7.





NÚMERO 0



# sumario



Actualidad 4

Entrevista a Edgardo Civallero 6  
"UNA BIBLIOTECA VERDE  
PUEDE HACER MÁS COSAS  
QUE NO SEA SOLO UN  
CONSTRUCCIÓN ECOLÓGICA"

Análisis 10  
ALMA Y SIMPHONY EN LA  
GESTIÓN DE BIBLIOTECA

Reportaje documental 14  
LA SISTEMATIZACIÓN DEL  
SABER HUMANO

Opinión 20  
EN DEFENSA DE LOS  
CATALOGADORES

Opinión 21  
LA IMPORTANCIA DE SER  
BIBLIOTECÓLOGO

Semblanza 22  
KAREN UHLENBECK Y EL  
EFECTO MATILDA



# Una revista para conversarla

**E**n biblioteconomía y documentación se necesita más divulgación profesional. Las áreas de especialización están en transformación constante, la complejidad va en aumento en asuntos relacionados a la tecnología y cienciometría, el universo de la investigación científica se ha enraizado en diversas actividades y la descripción bibliográfica está migrando hacia nuevos modelos, por mencionar algunas cosas. Frente a esta diversidad de temas no es tan fácil que el profesional esté enterado de todo.

No se trata de manejar todas las ramas, sino de estar informados para mejorar la comunicación entre profesionales; además, no es bueno permanecer en una isla de conocimiento. Por varios siglos los bibliotecarios tuvieron fama de personas cultas y de exquisita conversación y nosotros queremos que ese espíritu no se pierda.

En esta revista queremos dar importancia a todas las especialidades de la biblioteconomía, tanto las que toman modelos de las humanidades como de las ciencias, la tecnología e incluso de la administración, pero siempre con un sentido crítico y objetivo. Queremos dar espacio a temas ecológicos, de salud e innovación desde un enfoque relacionado a la gestión de la información tomando como fuente a los mismos profesionales.

Nos interesa parecemos más a revistas de divulgación profesional como la *American Libraries* (EE. UU) o *Archimag* (Francia) antes que a las revistas de investigación científica. Eso sí, esta no será una revista sobre *sociedad* profesional; aquí no importa tanto quiénes son los directores de las bibliotecas top; nos importan más las ideas, el debate, la solución de problemas y los nuevos proyectos.

Paul Otlet, el padre de las ciencias de la documentación, nos inspira.

El editor.



**Dirección editorial**

Hanz Baltazar

**Responsable de  
redacción**

César A. Chumbiauca

**Redactores**

César A. Chumbiauca  
Franz Pajuelo

**Corrección de estilo**

Sandro Castillo

**Responsable de diseño**

Juan Solís

**Imagen y fotografía**

Manuel Luján

**Promoción**

Fabiola Ramos

**Ventas**

Fabiola Ramos

**Imagen de portada**

Jonny Lindner

**Periodicidad**

Trimestral

**Contacto**

contacto@otlet.com

LIMA, PERÚ

# MOVIDAS EN EL RANKING JCR

Empezó la locura en el mundo de la investigación científica con la publicación de la última edición del ranking JCR (Journal Citation Reports) que elabora la compañía Clarivate Analytics basada en la plataforma de referencias bibliográficas Web of Science (WoS). La locura se debe a algunos ajustes que se han hecho al ranking, por ejemplo, a la penalización de las autocitas. El exceso de autocitas ya no es tomado en cuenta, porque quien evalúa esto son los algoritmos, herramientas que no pueden distinguir cuando una autocita es correcta y cuando es una mala praxis para sumar puntos.

Por otro lado, se ha ampliado el rango de años en que se calcula el impacto de las revistas. El rango es ahora de cinco años y ya no de dos.

Según el indicador JIF (Journal Impact Factor) encabezan el ranking en bibliotecología las revistas *International Journal of Information Management* (Inglaterra), *Journal of Computer-Mediated Communication* (Estados Unidos) y *Journal of Knowledge Management* (Inglaterra). Siempre adelante la investigación en la lengua de Shakespeare...

Journals By Rank	Categories By Rank
------------------	--------------------

## Journal Titles Ranked by Impact Factor

Compare Selected Journals		Add Journals to New or Existing List		Customize Indi	
Select All		Full Journal Title	Total Cites	Journal Impact Factor ▼	Eigenfactor Score
<input type="checkbox"/>	1	INTERNATIONAL JOURNAL OF INFORMATION MANAGEMENT	4,885	5.063	0.00505
<input type="checkbox"/>	2	Journal of Computer-Mediated Communication	4,671	4.896	0.00504
<input type="checkbox"/>	3	Journal of Knowledge Management	4,349	4.604	0.00180
<input type="checkbox"/>	4	MIS QUARTERLY	17,042	4.373	0.00990
<input type="checkbox"/>	5	GOVERNMENT INFORMATION QUARTERLY	3,430	4.311	0.00246
<input type="checkbox"/>	6	JOURNAL OF THE			0.01948
<input type="checkbox"/>					0.00460

Tabla del ranking JCR para la categoría  
Revistas en Bibliotecología y Ciencias de la Información

# PLACER EN EL CONTACTO FÍSICO

...Pero del libro, mal pensados. Aquí no tenemos sección de erotismo. Nos referimos a que cuando se trata de leer por placer, los estudiantes universitarios prefieren usar libros impresos. De un total de 306 estudiantes de educación superior en los Estados Unidos, 74% prefirieron este tipo de lectura; mientras, cuando se trata de investigar para las asignaturas académicas, el 45% se inclina hacia el libro electrónico, señala el informe *Academic Student Ebook Experience Survey 2018*, elaborado por la compañía de bases de datos EBSCO. Otro hallazgo interesante de este documento tiene que ver con los dispositivos que usan para estudiar, obtener información y preparar los trabajos. La laptop es indiscutiblemente la herramienta que más utilizan (96%), mientras que mucho más abajo se ubican las preferencias por el teléfono móvil, la computadora de escritorio y, casi en el desuso, la tablet. Parece que esta última ha perdido popu-



Imagen: Marcelo Chagas

laridad. En cuanto a la facilidad de lectura, la mayoría contestó que resulta más sencillo el libro impreso.

## HISPÁNICA SALE DEL SOPOR



Ya era hora. La Biblioteca Nacional de España ha anunciado mejoras de visualización y consulta de su Biblioteca Digital Hispánica (BDH). Entre sus nuevas implementaciones está la opción de refinar la búsqueda por documentos de acceso libre y de acceso restringido. Con esto ya no gastamos tiempo topándonos con registros que no podemos consultar abiertamente, aunque, si se trata de imágenes, estás se pueden ver, pero no descargar.

Otra innovación interesante es que la BDH ha incorporado las publicaciones de la Hemeroteca Digital, con lo cual abulta su acervo a un total de 35, 168 340 documentos digitalizados. Y eso no es todo, sino que, de acuerdo a la nueva hoja de ruta de la Biblioteca Nacional, se ha virado por fin a las nuevas tendencias en catalogación, es decir, se han adoptado las RDA (Resource Description and Access) que sirven para ampliar la descripción de los documentos. Con esto se crean nuevos metadatos y etiquetas que potencian la indexación. En términos cristianos, el usuario tendrá más oportunidades de obtener mejores resultados de búsqueda.



# “Una biblioteca verde puede hacer más cosas que no sea solo una construcción ecológica”



Edgardo Civallero, investigador y bibliotecario miembro de IFLA

Por César Antonio Chumbiauca

**E**dgardo Civallero (Buenos Aires, 1973) es un profesional multifacético con intereses en la música andina y con conocimientos de historia y biología marina. “Finalmente me decanté por la bibliotecología porque me permitía desarrollar en el campo un montón de ideas sociales que yo tenía”, dice con seguridad sobre su vocación. Hoy trabaja en las islas Galápagos, Ecuador, en la biblioteca perteneciente a la Estación Científica de la Fundación Charles Darwin, una organización sin fines de lucro dedicada a la investigación de asuntos sobre conservación, sostenibilidad y evaluación de los ecosistemas en dicho archipiélago. Por otra parte, Edgardo nos cuenta que en la International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), existen grupos de interés que, conforme adhieren más profesionales y asociaciones, con el paso del tiempo se convierten en secciones oficiales. “Yo, en este momento, pertenezco a una sección, la de Asuntos Indígenas, que hace muchísimos años, cuando yo empecé en la IFLA, era un grupo de interés también”. Sin embargo, Edgardo también participa en otro de estos grupos, el Environment, Sustainability and Libraries (Ensulib). Gracias a este, ha traducido al castellano un documento sobre bibliotecas y sostenibilidad que se puede consultar en su blog **Un bibliotecario en las islas Galápagos**.

**¿Cuáles su percepción acerca del nivel de conciencia de los bibliotecarios sobre asuntos medioambientales?**

Mira, yo no puedo hablar en nombre de todos porque desconozco lo que piensan. En este momento se ha po-

sicionado en el ámbito bibliotecológico dominante la discusión sobre la agenda 2030. A mí me parece que se discute mucho de una manera desinformada o bastante superficial, sin saber de lo que se habla. Me parece que hace falta muchísima más infor-

mación divulgativa, sobre todo acerca de lo que es esa agenda, acerca de lo que significa sostenibilidad, conservación y los problemas del medioambiente, y sobre todo acerca del rol que pueden jugar las bibliotecas, y ahí nos centramos en su res-

ponsabilidad social.

### ¿Existen congresos donde se discute este tipo de asuntos?

El año pasado participé en el primer congreso internacional de bibliotecas verdes que tuvo lugar en Croacia. Entiendo que hubo congresos nacionales e internacionales en América Latina en donde se ha tocado el tema, pero no han sido específicos. Me parece que hace falta sacarlo, discutirlo, informar a nuestros colegas desde las universidades, pero también desde asociaciones nacionales y medios, desde lo que sea para que se sepa de qué estamos hablando cuando hablamos de bibliotecas verdes, conservación, ecología, decrecimiento y otro montón de conceptos

que no estamos acostumbrados a manejar.

### Menciona el tema de la biblioteca verde. En Latinoamérica poco se ha oído al respecto, parece que es un tema de países desarrollados.

A ver, voy a dejar de lado lo de países desarrollados porque como latinoamericano a mí —y aquí voy a usar una palabra bastante popular— me jode la diferencia y la denominación. Pero entiendo lo que me quieres decir. Es un asunto que se ha elaborado más con países del norte que son los que tienen las comodidades y el financiamiento como para ocuparse de esas cosas. En América Latina ha habido experiencias. Yo conozco un par en Brasil.

### ¿Hace falta invertir mucho dinero?

No, no hace falta una financiación excelsa. Lo que hace falta es tener buena información, el saber de qué estamos hablando cuando se trata de una biblioteca verde, porque no tiene que tener necesariamente paneles solares ni una tecnología avanzada. Una biblioteca verde tiene que ocuparse de lo que se necesita: proporcionar información para la sostenibilidad, la conservación, el reciclaje... Tiene que levantar conciencia entre la sociedad y su público de los problemas que estamos enfrentando como seres humanos en un antropoceno que está mandando al mundo directamente al infierno. Una biblioteca verde tendría que apoyar movimientos ecologistas y de educa-



Edgardo en un evento organizado por el Colegio Colombiano de Bibliotecólogos (Ascolbi, 2018).



ción ambiental. ¿Entendés por dónde voy? Una biblioteca verde puede hacer más cosas que no sea solo una construcción ecológica o un molino de viento en su patio.

#### **No se trata solo de infraestructura...**

Efectivamente. Ocurre que como te digo hay poca información. Hay un problema con los conceptos de verde, ecológico y el de función de la biblioteca. Entonces lo que se ven son estos proyectos hermosísimos de bibliotecas de millonadas en Alemania, Suecia o Estados Unidos. Yo creo que el trabajo de este grupo de interés de la IFLA es desmontar un poco —porque queda mucho trabajo por hacer— esas ideas. Por mi parte, me interesa difundirlas entre mis colegas latinoamericanos, acopiar información, traducirlas al castellano, presentar bibliografías y este tipo de cosas como para ir abriendo brechas en un tema que ha sido muy poco tratado en nuestra bibliografía y en nuestras universidades. Estoy seguro de que hay experiencias al respecto, pero no han sido visibilizadas y estoy seguro de que con el trabajo que hacen nuestras bibliotecas públicas y comunitarias en América Latina muchísimas se van a interesar y van a tener propuestas más que interesantes al respecto.

**Petra Hauke, de la Universidad de Berlín y secretaria de Ensulib, menciona que más allá de la alfabetización informacional las bibliotecas deberían hacer alfabetización en sostenibilidad.**

Petra es una muy buena persona,

una vieja luchadora medioambiental que conozco personalmente y lo de vieja lo digo no por la edad sino por su recorrido. Sé que está desarrollando ese concepto. Es lo que te comentaba antes, enseñar a la gente qué es sostenibilidad, porque también es un concepto muy discutido. Lo que intenta decir Petra con alfabetización en sostenibilidad es enseñarle a la gente desde la biblioteca —y con el ejemplo— que los recursos del mundo son finitos, que



debemos echarle freno de mano a este carro desbocado en el que viajamos ahora mismo si queremos que nuestros hijos tengan un planeta. Hablamos, si querés, de una alfabetización ecológica en general que nos ponga frente a un mundo prácticamente superado y nos eduque, nos proporcione ideas y cifras claras y sobre todo nos muestre hacia dónde caminar, qué hacer,

cómo salir del laberinto... si se puede salir todavía...

#### **¿Qué actividades amigables con el medio ambiente puede poner en práctica una modesta biblioteca? ¿Imprimir menos? ¿Tener puntos de reciclaje?**

Se pueden hacer muchísimas cosas. Como te decía antes, se deberían hacer con el ejemplo, desde reducir el consumo de electricidad aprovechando la luz natural y la circulación de aire —a veces no se puede hacer porque el edificio ya está construido y es bastante difícil—, pero sobre todo en los edificios que se están por construir orientar mejor la calefacción aprovechando la luz solar y las distintas climatologías. Lo de construcción ecológica está super desarrollado también, no es demasiado caro, simplemente en lugar de orientar la fachada principal de la biblioteca hacia un lado, orientarla hacia el otro, ¿me explico? Se puede gastar menos papel, consumir menos agua. Se puede recomendar desde la biblioteca lo que vos me comentabas sobre el tema de impresión, pero también reciclado no solamente de la lata o de la botella, sino

de todo el resto de materiales que hay en casa, incluyendo la materia orgánica que se puede compostar y se puede utilizar para un huerto orgánico y que también se puede tener dentro de las bibliotecas.

#### **¿Un huerto en la biblioteca?**

De hecho, hay innumerables casos en Alemania de bibliotecas huerto. Y yo creo que nuestras sociedades latinoamericanas que son o han

sido fundamentalmente campesinas, aunque muchas veces nos avergoncemos, pero no sé, Perú, Argentina, Colombia, sociedades donde el campo ha sido muy importante, ese tema de volver a la tierra, de aprovechar nuestros

campos para hacerla parir vida, también tiene que ver con la sostenibilidad.

**Tiene varios artículos escritos en español, inglés y hasta en francés donde relacionas a las bibliotecas con el decrecimiento. ¿Qué significa este concepto?**

A ver, el decrecimiento es un concepto que ha salido de las ramas más críticas del movimiento ecologista, las ramas que están desencantadas con el desarrollo sostenible y que han dicho: no podemos seguir creciendo ni desarrollándonos porque los recursos del mundo son finitos, lo que tenemos que hacer es decrecer, empezar a vivir e intentar ser felices con menos. Evidentemente, en una sociedad capitalista como en la que vivimos no es una idea demasiado popular, ha sido bastante resistida, ha tenido muy poca visibilidad, ha sido ninguneada, criticada, vituperada, lo que quieras.

**Y a pesar de eso, te interesa mucho...**

Yo he vivido buena parte de mi vida en contacto con áreas rurales y he visto cómo funciona la naturaleza y veo que el planeta está cambiando, definitivamente, y que nosotros no podemos seguir haciendo uso y abuso de recursos. Entonces hice

mío este concepto de decrecimiento, lo investigué e intenté vincularlo con el tema de bibliotecas y de ahí salieron los artículos.

**La palabra decrecimiento llama la atención. Asumimos que la actitud positiva es la de crecer, mientras que decrecer parece un retroceso.**

Estamos acostumbrados a que crecer es bueno y que decrecer significa una pérdida. Ahí es cuando el concepto genera reticencia, cuando en realidad, si vos te fijás, crecer en un espacio donde tus elementos son finitos representa un problema y decrecer, en el sentido de frenar ese crecimiento, de revertirlo, no significa una pérdida de nada, significa al fin y al cabo mantener tu espacio vital. No estás gastando recursos que mañana no vas a tener. Reducir el consumo es una de las ideas clave de todos los movimientos ecologistas, conservacionistas, incluso de las campañas publicitarias de muchos gobiernos. El decrecimiento no es otra cosa, lo que pasa es que plantea reducir el consumo a nivel global y en todos los aspectos de tu vida.

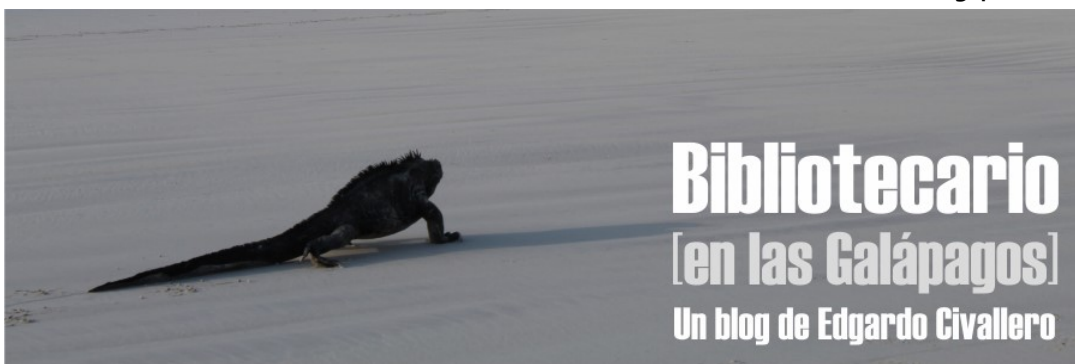
**¿Cuál sería entonces el mal crecimiento de una biblioteca?**

Tenemos ejemplos de eso todos los días. Nos lo ha vendido la publicidad, sobre todo los países del norte

con sus descomunales bibliotecas con un derroche de tecnología y de construcción. Yo he recorrido buena parte de Latinoamérica, he visto bibliotecas muy pequeñas haciendo un trabajo heroico. Pero hay muchas otras que crecen solo por crecer, tienen y adquieren solo por el hecho de ser más bonitas y de ser más amplias, pero no siempre están ofreciendo un mejor servicio y tampoco están haciendo un buen uso de los recursos; ahí la biblioteca crece mal. Ahora bien, todos conocemos en América Latina ejemplos de elefantes blancos donde se han invertido una millonada y que responden solo a proyectos políticos, y ahí siguen y no sirven para nada.

**¿Cuál es tu apreciación final de este panorama?**

Se podría hacer todo de una manera más sostenible. Entiendo que ahora mismo muchas bibliotecas dentro de sus políticas consideran la sostenibilidad, sobre todo con la divulgación de la agenda 2030. Confío que de aquí en adelante la conciencia crezca. Pero asumo que seguiremos viendo ejemplos de mal crecimiento, especialmente cuando hay temas de intereses políticos y de hacerse visibles a través de excesos y de grandes obras. Lamentablemente es así. ♦



# ALMA Y SYMPHONY EN LA GESTIÓN DE BIBLIOTECA





Entre las empresas dedicadas a brindar tecnología bibliotecaria no hay tregua. Su mercado más rentable está en las bibliotecas universitarias. El problema es que en este negocio casi no hay biblioteca que no cuente con un sistema de gestión, por eso compañías transnacionales como ExLibris, SirsiDynix, OCLC e Innovative Interfaces realizan desarrollos constantes para quitarse clientes los unos a los otros o al menos para abrir caminos donde la competencia no ha pisado.

Esta vez vamos a comparar solamente los principales productos de las compañías que en el 2018 generaron los mayores contratos: Alma de Ex Libris y Symphony de SirsiDynix. Pero antes hay que advertir dos cosas: esta comparación no pretende señalar qué producto es mejor porque cada cual tiene sus ventajas; segundo, hay profesionales que se titulan realizando este tipo de comparaciones en voluminosas tesis; aquí seremos modestos.

## De SIGB a plataformas de última generación

El *Library System Reports 2019*,

elaborado por el consultor tecnológico Marshall Breeding, deja entrever la dinámica de estas empresas cuyo producto base suelen ser los sistemas integrados de gestión bibliotecaria (SIGB).

Si eres estudiante de bibliotecología y todavía no sabes que es un SIGB, te lo explicamos. Es un sistema automatizado que integra todas las actividades de las bibliotecas en los siguientes módulos de trabajo: adquisiciones, catalogación, circulación de préstamos y catálogo en línea. Los SIGB tienen toda una historia que está de más contar, solo importa decir que estos productos tecnológicos se han vuelto cada vez más complejos, a tal punto que se necesita más de cien especialistas para su innovación constante, como SirsiDynix que de sus casi 400 trabajadores destina 129 al desarrollo.

Esa complejidad ha llevado a que algunas compañías, sobre todo las que son líderes en el mercado, estén vendiendo sus productos ya no como SIGB, sino como plataformas de servicios bibliotecarios de nueva generación, lo cual consiste en que a los

módulos tradicionales se integren nuevas funcionalidades para trabajar en red, generar mejores reportes, cruzar los catálogos con herramientas de búsqueda global (sistemas de descubrimiento), bases de datos, listas bibliográficas de curso y mucho más. No obstante, las empresas venden todos estos añadidos en forma de paquetes para que, dependiendo del presupuesto de las bibliotecas y sus consorcios, puedan firmarse los contratos más convenientes.

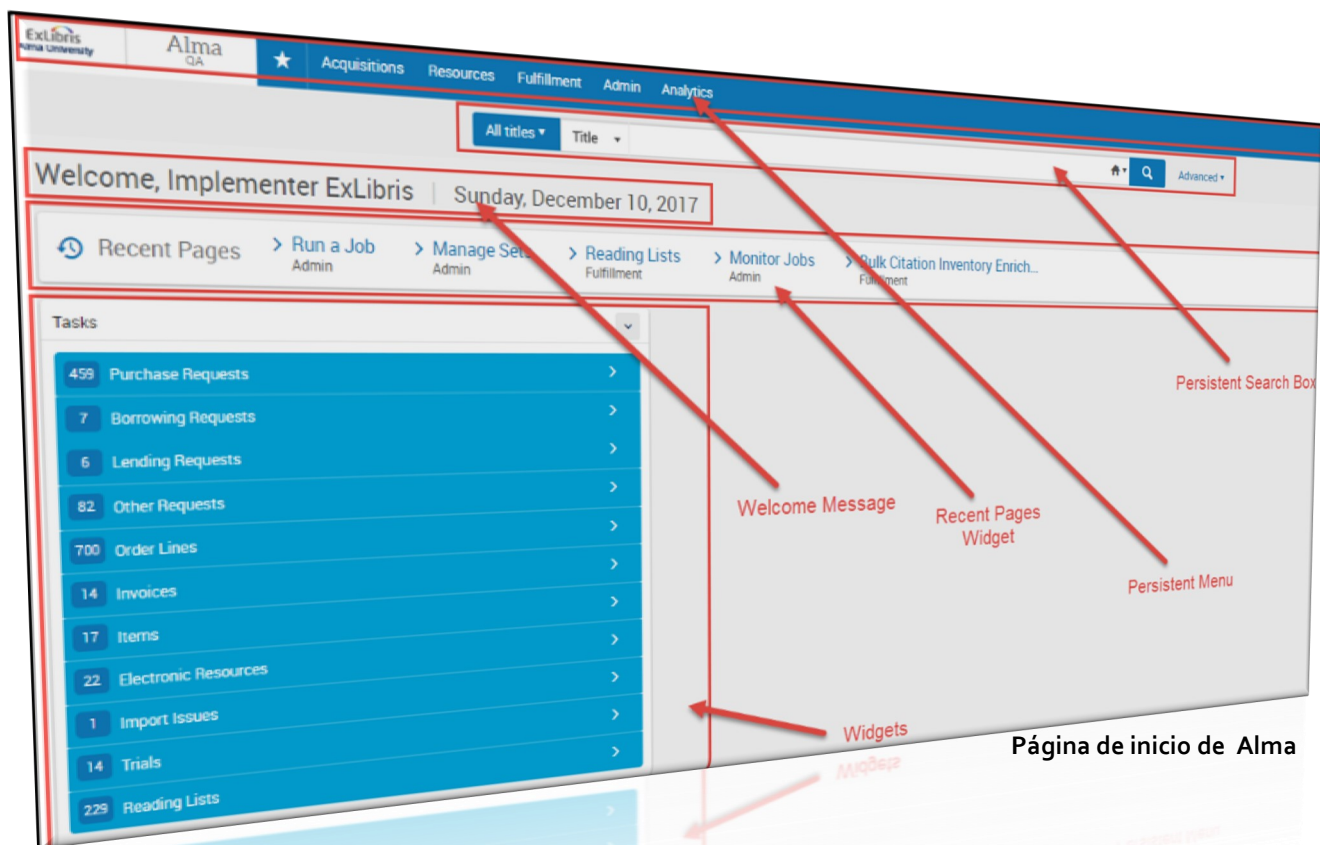
Pasemos ahora a examinar los dos sistemas de las empresas que lideran el mercado según el reciente informe de Marshall Breeding.

## Symphony vs Alma

Symphony es un sistema integrado de gestión bibliotecaria de SirsiDynix que no es reciente; ha conquistado varios mercados en todo el mundo, especialmente en el rubro de las bibliotecas de educación superior. Por eso mismo, muchos bibliotecarios están familiarizados con él. Su problema actual es que tiene sus limitaciones según la versión que se tenga instalada en los servidores locales.

Product	Company	Total Contracts			New Customer Contracts			Installed (libraries)
		2018	2017	2016	2018	2017	2016	
<a href="#">Alma</a>	Ex Libris	115	116	132	37	60	19	1543
<a href="#">Symphony</a>	SirsiDynix	107	90	142	67	61	100	2498
<a href="#">Spydus</a>	Civica	105	64			22		351
<a href="#">WorldShare Management Services</a>	OCLC	53	52	83				565
<a href="#">Koha -- ByWater Solutions</a>	ByWater Solutions	43	47	70	43	47	70	1221
<a href="#">EOS.Web</a>	SirsiDynix	28	28	31	24	24	24	1045
<a href="#">Horizon</a>	SirsiDynix	17	10	13	9	1	6	879
<a href="#">Evolve</a>	InfoVision Software,	16		4	15		4	16
<a href="#">Library.Solution</a>	The Library	14	11	12	13	10	12	766
<a href="#">Evergreen - Equinox</a>	Equinox	11	12	13	1	4	13	1503
<a href="#">Koha -- Equinox</a>	Equinox	7	1	2	7	1	2	40
<a href="#">Koha -- PTFS Europe</a>	PTFS Europe	7	18	12	7	18	11	109
<a href="#">VERSO</a>	Auto-Graphics, Inc.	4	23	7				529
<a href="#">Aleph</a>	Ex Libris	3	6	10	3	3	5	2363

Contratos anuales de SIGB. *Library Systems Report 2019*. Por Marshall Breeding



Página de inicio de Alma

Por eso la empresa ha concentrado su mayor esfuerzo en desarrollar mecanismos para llevar Symphony a la nube. A eso le ha llamado BLUEcloud. Gracias a esto las bibliotecas que cuentan ya con el servicio de Workflow, que es el ambiente informático local en donde trabajan los bibliotecarios, no tendrán necesidad de migrar sus registros a la nube porque no se trata de un nuevo sistema, sino de una versión web del Workflow.

Por otro lado, está Alma, que es la más temible competidora de Symphony y que, en el Perú, está siendo difundida en eventos y congresos profesionales de bibliotecología. Alma le pertenece a Ex Libris que anteriormente tuvo como producto estrella al software Aleph que no convenció a muchos. En cambio, está arrasando con Alma, a tal punto que, según el System Library Report, superó en contratos a SirsiDynix en el año 2018 y sigue arrebatándole clientes. Por eso mismo, SirsiDynix sabe que terminaron los laureles de Symphony y marcha a paso de guerra con su

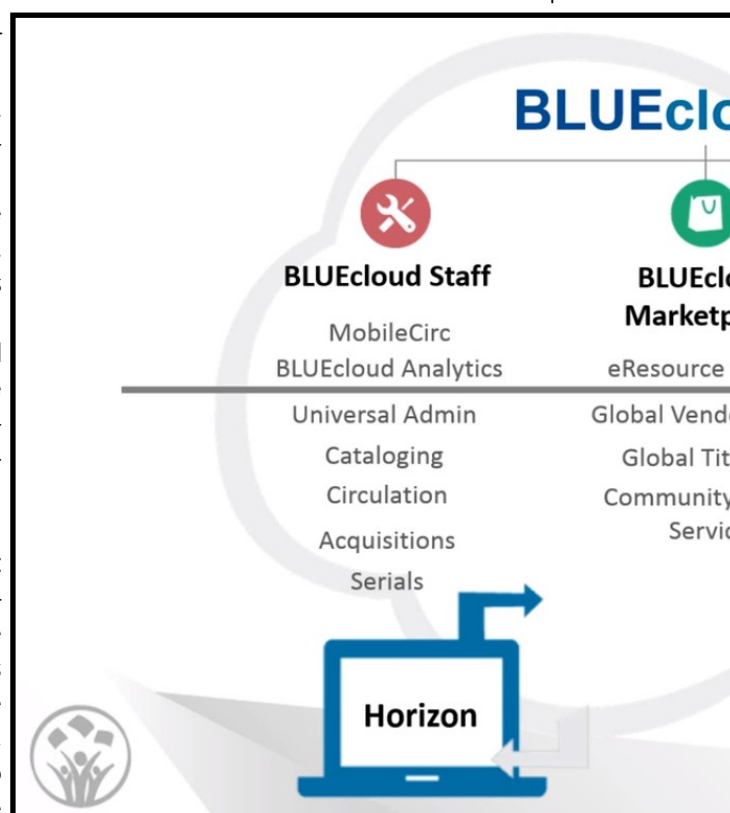
BLUEcloud. Hay que añadir que detrás de Ex Libris está la poderosa ProQuest, que la ha comprado.

## Puntos fuertes y limitaciones

**Acceso remoto:** Pasarse a BLUEcloud o Alma hace posible corregir registros desde casa y a cualquier hora. Por eso se llaman plataformas de nueva generación, aunque no se hagan ilusiones. Lo más probable es que estos sirvan para contratar personal externo que apoye en proyectos de carga masiva de documentos.

**Catálogo en línea:** Los catálogos en línea de ambos se han adaptado a los nuevos esquemas de datos tipo BIBFRAME, que es un modelo que sirve para que

los registros bibliográficos sean recuperados a través de la web y además mejora las relaciones por tema, autor, etcétera, lo cual repotencia la visualización y recuperación de información por parte del usuario. Además, ambos sistemas ya no se contentan con tener solo versiones responsi-



Symphony potencia sus funciones

vas de los catálogos en línea, sino que ofrecen aplicaciones propias para celular: Alma móvil y BLUEcloud Mobile. Compararlos es tema de otro artículo.

### Listas bibliográficas por cursos:

Otra coincidencia tiene que ver con la generación automática de listas bibliográficas de cursos. Para los bibliotecarios es un drama coordinar con los docentes la bibliografía de los sílabos de los diversos cursos que se dictan en una universidad y luego actualizarlos todos. Por eso SirsiDynix cuenta con BLUEcloudLists y Ex Libris con Leganto. Ninguna de las dos, por supuesto, está integrada al sistema base. Se compran aparte y luego se configuran. Hacemos la salvedad que esta útil herramienta no sabemos realmente a quien se le ocurrió primero.

**Catalogación:** En este aspecto Alma incorpora una lista de autoridades de materia para las bibliotecas interesadas en ahorrar tiempo en este proceso; mientras tanto, Symphony dispone de métodos para el trabajo colaborati-

Especificaciones	SymphonyWeb	Alma
Empresa	SirsiDynix	Ex Libris
Requiere migración	No para SIGB en WorkFlow	Sí
Los bibliotecarios están familiarizados con el sistema	Alta familiaridad	Baja familiaridad
Almacenamiento en la nube	Sí	Sí
Adaptación a dispositivos móviles	Sí	Sí
Permite trabajar de forma remota	Sí	Sí
Adaptación a nuevos modelos de datos (Ej. BIBFRAME)	Sí	Sí
Mejoras en la elaboración de reportes	BLUEcloudAnalytics	Analytics
Idioma de la documentación técnica en la web	Inglés	Alemán, francés, español y chino

vo a través de la interoperabilidad entre catálogos como los de la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos o el WorldCat de OCLC.

**Generación de reportes:** Alma es todavía de difícil manejo, no obstante, ofrece más posibilidades para cruzar información. Por su parte, SirsiDynix ofrece entre sus productos BLUEcloud Analytics, cuyos datos se presentan a través de tableros gráficos o dashboards. Ex Libris ha anunciado en sus eventos que una ventaja de Alma es que posee herramientas para el mejor control del trabajo del personal y los equipos, de este modo es más fácil conocer dónde se está acumulando la fuerza laboral y, por ende, sirve para tomar decisiones que enderecen la producción. Se desconoce

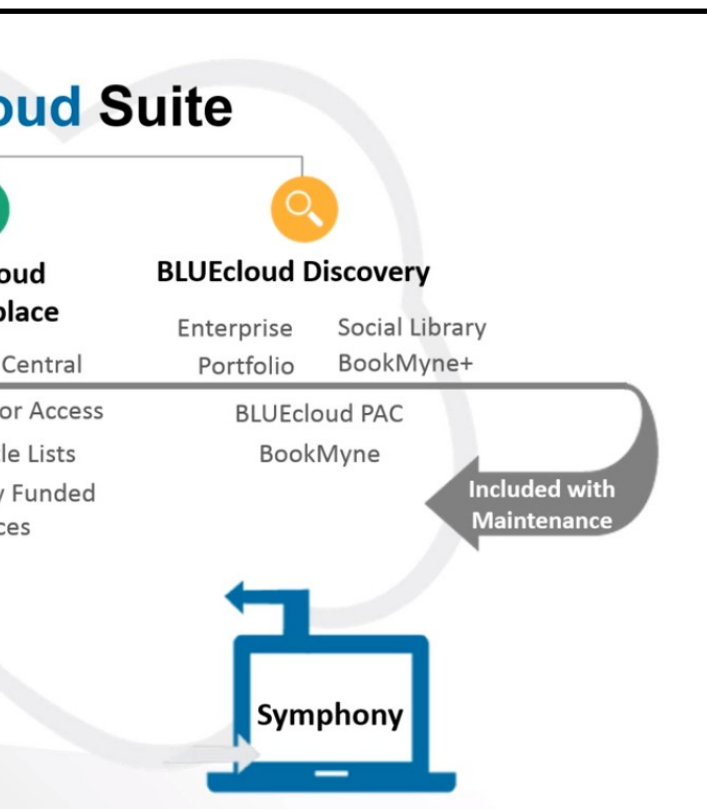
algo similar en Symphony, aunque sí genera reportes básicos.

Un detalle menor, pero no menos importante, es que algo bueno en Alma es que la documentación técnica está abierta en la web y en español. No sucede lo mismo con ningún producto BLUEcloud, cuya información está en inglés; si desea saber más debe contactarse directamente con la compañía para tener acceso a una demo.

### Le recomendamos...

En resumidas cuentas, entre Alma y Symphony hay muchas coincidencias. Nosotros no podemos desempatarlas. Queda en el terreno de cada biblioteca ampliar la información a través de entrevistas con las mismas compañías para contrastar las diferencias producto a producto evaluando precios y soporte técnico.

Eso sí, la mejor elección será siempre aquella que esté más pegada a la realidad de su institución.



Funcionalidades con BLUEcloud



# LA SISTEMATIZACIÓN DEL SABER HUMANO

Mundaneum. Imagen: Steefan Van der Biest (Wikimedia Commons)

**D**esde la Biblioteca de Alejandría hasta Internet Archive, un portal que almacena la historia de más de 349 mil millones de páginas web, la humanidad ha dado luces y emprendido exhaustivos proyectos para reunir todo el conocimiento universal en un solo lugar, antes de forma física, ahora virtualmente. Figuras como los enciclopedistas franceses, los belgas Paul Otlet y el premio Nobel de la Paz Henri La Fontaine, el escritor británico H. G. Wells y otros soñaron con un mundo integrado por el fácil acceso al conocimiento y la información. Conozcamos sus aportes.

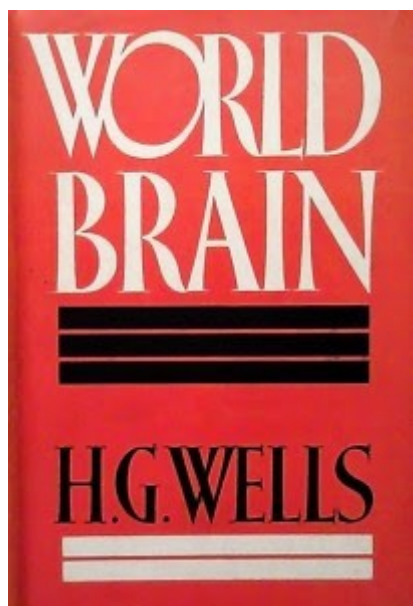
Por César Antonio Chumbiauca

**A**ño 2030. De pronto el viajero ha llegado a una ciudad de edificios como torres larguísimas que tocan el cielo azul. Sin embargo, encuentra un edificio que le es más familiar a su tiempo por su estilo arquitectónico, cómo no va a ser, si se trata de la Biblioteca Pública de Nueva York. Ingresa para encontrar respuestas y mientras camina asombrado por uno de los pasillos, de inmediato es abordado por un hombre de tez oscura que

aparece de la nada. “Bienvenido al Sistema VOX. ¿En qué puedo ayudarle?”. El visitante se sorprende. La persona que se ha dirigido a él está dentro de un soporte plano transparente y vertical. No es humana. “¿Qué es usted?”. “La unidad de información de la biblioteca de la Quinta Avenida, registro NY-114”. Y añade: “Soy un fotónico activado por fusión con capacidad visual y verbal conectado a cada base de datos del planeta... Un compen-

dio de todo el conocimiento humano”.

Aquello es una escena de la película dirigida por Simon Wells en 2002, *La máquina del tiempo*, basada en el libro de igual título escrito por H. G. Wells en 1895. Aunque la idea del bibliotecario del Sistema VOX es un agregado de los guionistas, hay que reconocer que H. G. Wells siempre estuvo interesado en un sistema universal del conocimiento. En 1937, participó en el Congreso Mundial de la Documentation



Universelle celebrado en París y fue autor de *World Brain*, un conjunto de ensayos sobre la idea de integrar el saber mundial.

Al igual que H. G. Wells, antes y después que él muchos otros intelectuales pusieron enormes esfuerzos en la idea de un sistema que permitiera acceder al conocimiento de todo el planeta. Hoy podemos gozar de todos esos esfuerzos gracias a la existencia de la Internet, el big data y la cada vez más deslumbrante inteligencia artificial, que es como funciona finalmente el bibliotecario de *La máquina del tiempo*.

Si pensamos en el cuento *El Aleph* de Borges, sabremos que tener acceso al conocimiento reunido y comprimido en un solo espacio era una fantasía intelectual que rayaba en la locura, como le pasa a Carlos Argentino Daneri, protagonista del relato: "Aclaró que un Aleph es uno de los puntos del espacio que contienen todos los puntos". Desde Mesopotamia han existido lugares que preservaban el conocimiento en bibliotecas,

pero no fue hasta la Ilustración francesa que algunos eruditos idearon un proyecto para reunir en una sola obra todos los saberes humanos. Hoy ese empeño no ha cesado. Portales como Internet Archive todavía buscan recolectar más información de la que indexa la web. Hagamos un recuento histórico de algunos de esos proyectos acumulativos de información instantánea.

### El enciclopedismo

Andrew Michael Ramsay, llamado también el Caballero Ramsay, fue un intelectual y orador escocés que vivió muchos años en Francia. En 1737 pronunció el discurso de Recepción a los Francmasones, sociedad a la que estaba adscrito. En ese discurso exigió a los nuevos integrantes de la Orden contribuir en la construcción de un diccionario universal que había empezado a confeccionarse en Londres y

en el cual estaban participando mentes de varios países europeos. La intención era que todas las artes y ciencias estuvieran compendiadas en una sola obra ya que, según consideraba Ramsay, las academias y universidades por sí solas no podían lograrlo. "De este modo se reunirán las inteligencias de todas las naciones en una única obra, que será como un depósito general, y una biblioteca universal de todo lo bello, grande, luminoso, sólido y útil que existe en todas las ciencias naturales y en todas las artes nobles. Esta obra aumentará cada siglo, a medida que aumenten los conocimientos".

Catorce años después del discurso de Ramsay, los franceses Denis Diderot y Jean-Baptiste le Rond d'Alembert publicaron, gracias a la colaboración de eminentes filósofos como Voltaire, Montesquieu y Rousseau, el primer tomo de la *Encyclopédie, ou dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers, par une société de gens de lettres* o simplemente *La Enciclopedia*. La intención de esta quimera tenía, por supuesto, bases ideológicas contra el absolutismo y la religión. Inspiró revoluciones y alentó la educación pública. Fue así que las enciclopedias se convirtieron en vehículos del saber total por más de doscientos años.

### El Google de papel

En Bélgica, a una hora de Bruselas, se encuentra una pequeña ciudad que en el año 2015 fue declarada Capital Europea de la Cultura. Se trata de Mons, visitada mayormente



Chevalier Andrew Michael Ramsay  
(1681-1707)



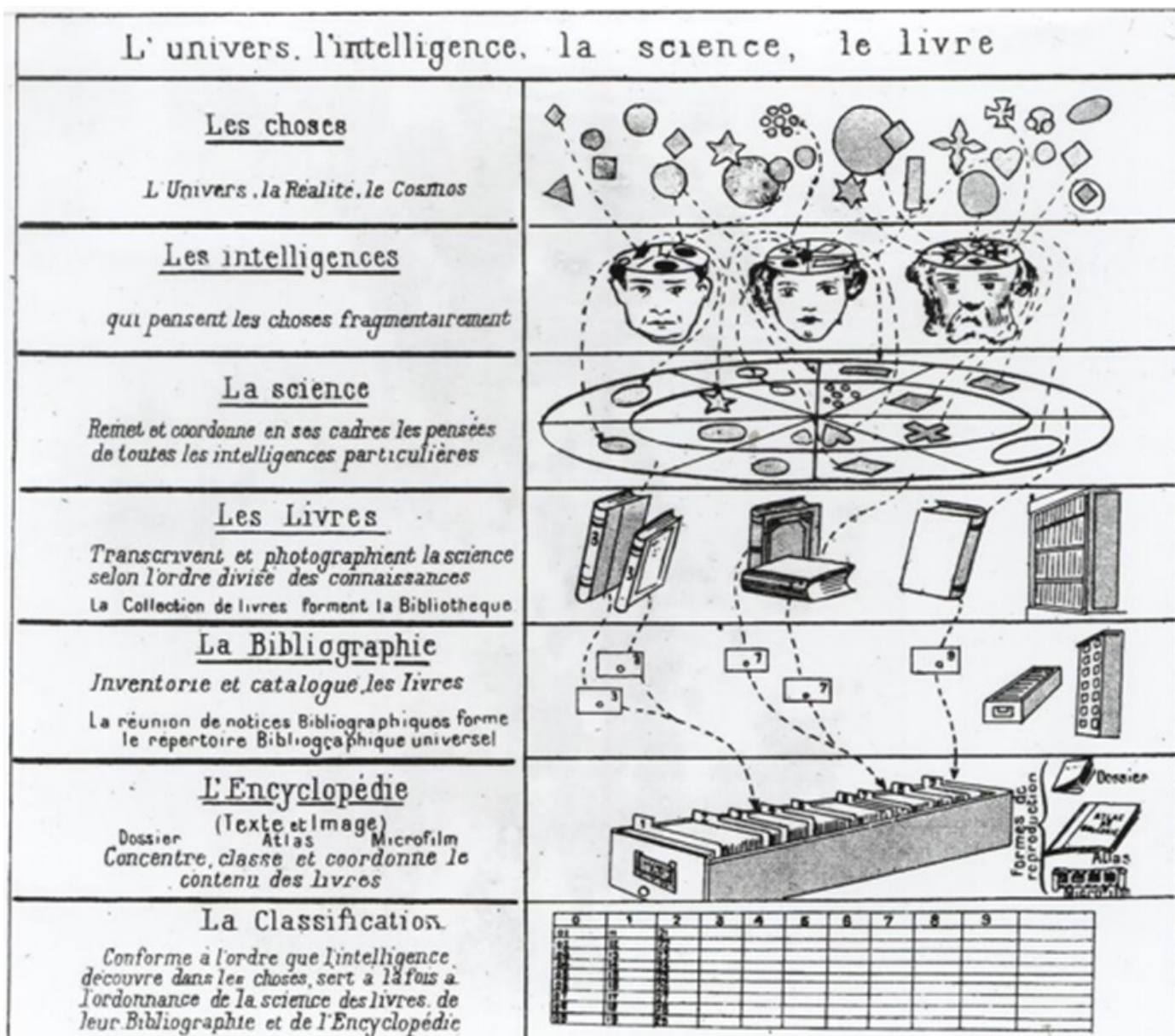
por su patrimonio arquitectónico y oferta de museos. Allí existe un lugar que llama la atención y que es casi un deber visitar, mucho más si el turista es de profesión bibliotecario. Ese lugar es el Mundaneum, un espacio que no brilla por ser un edificio imponente, pero sí por lo que significó para la historia de la sistematización del saber humano.

Su artífice fue Paul Otlet, un abogado belga interesado en el trabajo de las bibliotecas. Fundó en 1895 el Instituto Inter-

nacional de Bibliografía con el afán de registrar en fichas toda la información posible hasta su tiempo. Lo hizo con ayuda de su amigo Henri La Fontaine, miembro de la Sociedad de Naciones, predecesora de la ONU. Ambos idearían el Sistema de Clasificación Decimal Universal (CDU) que hoy algunas bibliotecas de Europa utilizan para organizar sus colecciones. En 1914 fundan el Palacio Mundial o Mundaneum, un lugar en donde se

llegaron a almacenar toneladas de fichas bibliográficas que centralizaban una inmensa cantidad de información.

En 1913 La Fontaine gana el premio Nobel de la Paz y destina recursos a este proyecto monumental. Entonces el Mundaneum empezó a crecer y a entusiasmar a filántropos como el estadounidense Andrew Carnegie, financiador de varias bibliotecas. En 1934 Paul Otlet publica *Tratado de la documentación: el libro sobre el libro*. En esta obra visionaria



Una imagen de *Traite de Documentation* (1934), obra de Paul Otlet

propone una forma innovadora de compartir la información integrando diversos soportes como el cine, la televisión y el teléfono, todos ellos vinculados con los libros y que servirían para solicitar información a distancia. Es decir, imagina la existencia de una biblioteca televisada. Por desgracia, el Mundaneum fue frágil a las amenazas de la Segunda Guerra Mundial. Otlet se esperanzó en la intervención de la Sociedad de Naciones, pero fue en vano. Cuando la desesperación se hizo mayor, el 10 de marzo de 1944 escribió una carta —que nunca envió— al mismísimo Hitler para pedirle por la seguridad del recinto; pero, de todos modos, años de ardoroso trabajo se esfumaron en manos del ejército alemán. Después de décadas el Mundaneum fue rescatado, reconstruido y revalorizado. En el 2002, François Levie dirigió el documental *L'homme qui voulait classer le monde* (*El hombre que quería clasificar el mundo*). Y, en el 2012, Google reconoció sus orígenes en esta institución. En la actualidad funciona como un museo y conserva alrededor de 6 kilómetros de documentos.

## H. G. Wells y Vannevar Bush

Dos años antes de estallar la Segunda Guerra Mundial, el escritor británico de ficción H. G. Wells publicó un conjunto de ensayos bajo el título *World Brain*. Eran tiempos en que se discutía el problema del manejo y organización de la información. En el Congr s Mondial de la Documentation Universe lle, celebrado en Paris, en

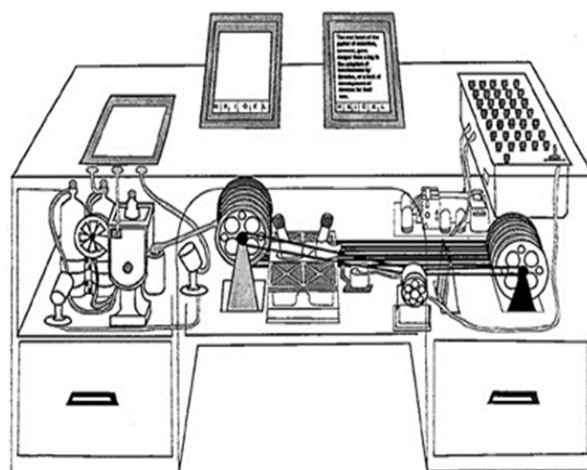
1937, Wells ya planteaba la necesidad de una colaboración internacional. En el documental *Google y el cerebro mundial* (Ben Lewis, 2013), se aprecian de viva voz sus palabras: "No hay ningún obstáculo para hacer un registro eficiente de todo el conocimiento humano, de las ideas y de los éxitos, para crear una memoria mundial completa para toda la humanidad".

El mismo año de terminada la Segunda Guerra Mundial, una voz en América consideraba que los sistemas de ordenamiento bibliotecario no eran los más adecuados para agilizar la recuperación de información en dispositivos de almacenamiento a gran escala. Se trataba de Vannevar Bush, el ingeniero y científico norteamericano que había dirigido años antes el Proyecto Manhattan para la bomba atómica y posteriormente nombrado por el presidente Franklin Roosevelt como director de la Oficina de Investigación y Desarrollo Científico de los Estados Unidos.

En 1945 Vannevar Bush publicó en la revista *The Atlantic Monthly* un artículo titulado "As We May Think" en donde criticó la manera como los bibliotecarios organizaban el conocimiento: "...cuando datos de cualquier clase se ubican en su lugar de almacenamiento, son guardados en orden alfab ti-

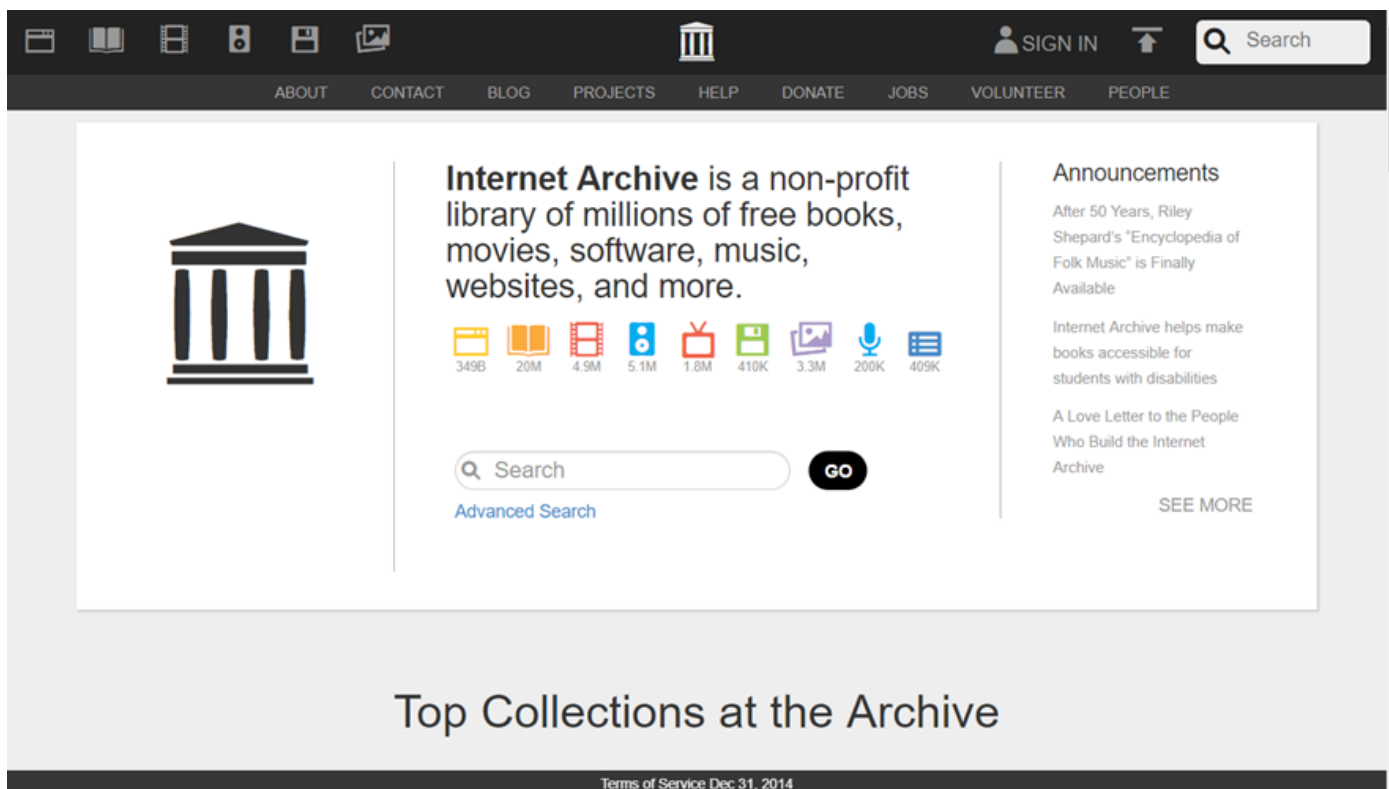
co o numérico, la información se localiza (cuando es posible) por medio de trazos de la misma en clases y subclases. La información debe estar en un único sitio, sin otros duplicados y usos, uno tiene que seguir reglas para localizarla y las reglas son incómodas y pesadas... la mente humana no trabaja de esa manera, sino que opera por medio de asociaciones".

'Asociaciones' es la palabra clave por la cual Bush es considerado un precursor más cercano a la invención de la web que Paul Otlet, aunque este último también asomaba con las ideas planteadas en su *Tratado de la documentación*. Pero Vannevar Bush resulta más explícito con las asociaciones, pues creía que es así como opera nuestra mente, que cuando busca una cosa llega a otra a través de relaciones y no por esquemas. Para graficar sus postulados, Bush habl  de un prototipo que jamás llegó a materializarse, pero al que llam  Memex (Memory Extended).



El Memex como lo imagin  Vannevar Bush...





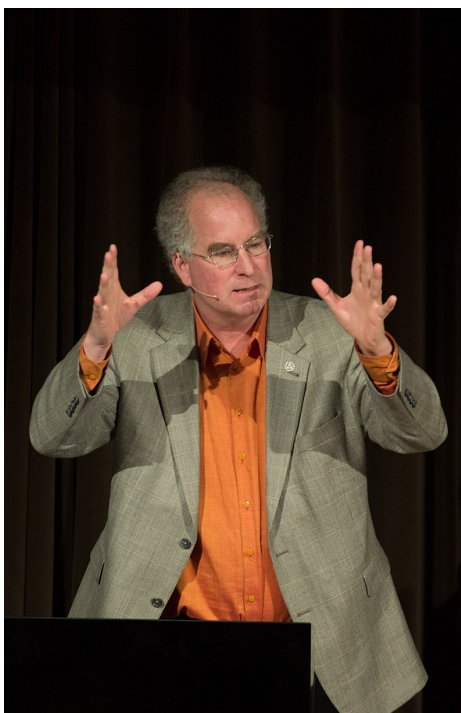
Por su idea de asociaciones en la recuperación de la información, Bush es considerado el visionario del hipertexto.

### El archivo de Internet

Para Google fueron sus pioneros Paul Otlet, H. G. Wells y Vannevar Bush. Sin embargo, no debemos dejar de lado que uno de los primeros lugares en la historia que puso en marcha el plan de almacenar los libros del mundo entero, pero muy remotamente de la tecnología, fue la Biblioteca de Alejandría. Albergó las obras de poetas, matemáticos, médicos, filósofos y muchos sabios del mundo antiguo que hasta hoy se siguen estudiando. Aunque no duró más de seis siglos, ejerció de memoria del conocimiento por largo tiempo. Sin embargo, su valor histórico ha inspirado proyectos de nuevas bibliotecas de Alejandría en un mundo digital. Es el caso de

Brewster Kahle, fundador de Internet Archive.

La misión de Internet Archive, que opera desde 1996, es conservar toda la información que existe en Internet a través de capturas de imágenes con enlaces a las webs de origen y a través de la carga de archivos por parte de los mismos usuarios.



Brewster Kahle. Imagen: Wikimedia

rios. Según comentó Kahle en una entrevista para el diario El País en el año 2017, "3 o 4 millones de usuarios al día utilizan el Internet Archive, pero la mayoría no tienen ni idea de que han estado ahí". Su proyecto permite buscar la historia de más de 349 mil millones de páginas web en Internet. Contiene libros, software, música, sitios web y mucho más gratis. Dado que a lo largo de siglos los grandes empeños por almacenar la información global han perecido a causa de desastres y guerras, Internet Archive mantiene copias de sus más de 30 petabytes (un petabyte equivale a  $10^{15}$ , superior a un terabyte que equivale a  $10^{12}$ ) en las ciudades de San Francisco, Ámsterdam y Alejandría. Es la historia de Internet archivada.

\*\*\*

Hemos recorrido parte de la historia de la sistematización



del conocimiento registrado. Gracias a la quimera de algunos hombres tocados por la locura de conservar y aglutinar el saber universal, podemos contar con herramientas que en una sola caja de búsqueda nos resuelven infinidad de consultas. Por cierto, que todos los que se mencionaron aquí son, digamos, los más mediáticos. Muchas más personas han empujado el coche y muchas innovaciones son resultado del trabajo interdisciplinario. Ahora casi todas las respuestas están al alcance de la mano, solo hay que hacer las preguntas correctas...

#### Para profundizar

Discurso de Andrey M. Ramsay:  
[blogs.masoneria.es](http://blogs.masoneria.es)

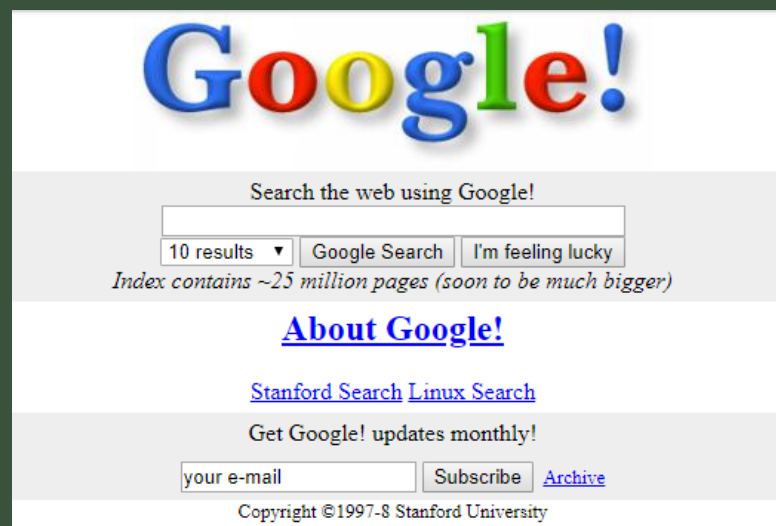
Allington-Smith, D. (2015). *Anticipating the Internet: how the predictions of Paul Otlet, HG Wells and Vannevar Bush shaped the Digital Information Age* (Doctoral dissertation, C).

María Jesús Lamarca Lapuente.  
*Hipertexto: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen.* [www.hipertexto.info](http://www.hipertexto.info)

## EL NACIMIENTO DEL GRAN BUSCADOR

En 1996 Larry Page, de la Universidad de Stanford, tenía una idea estupenda para su tesis doctoral. Estaba interesado en cómo ordenar los enlaces de la World Wide Web. Fue entonces que acudió a su amigo Sergey Brin, otro estudiante de Stanford y crearon juntos un buscador para su universidad al que pusieron por nombre Backrub. A partir de esto, desarrollaron una serie de algoritmos para ubicar las páginas web conforme a su relevancia y según del tráfico de enlaces. A esa familia de algoritmos le pusieron por nombre PageRank. El funcionamiento era similar al de la citación académica, es decir, cuantas más visitas recibe un documento más relevante se vuelve y, por lo tanto, aparece entre los primeros resultados. De ese modo, en 1998, se formaliza Google como una pequeña compañía llamada así en referencia al término matemático *Googol*, que significa 1 seguido por cien ceros.

Por otra parte, es importante tener en cuenta que no es Google el primer buscador de Internet. Desde 1995 ya existía AltaVista, el primer índice de la web que en sus inicios basaba la búsqueda en los títulos y no en los documentos. Por un tiempo fue incorporado a Yahoo, pero la empresa decidió cerrar su ciclo útil en el 2013 dada la ventaja que ya había ganado la invención de Page.



Interfaz de Google en 1998

## En defensa de los catalogadores

Todos nos quejamos cuando en el seguro social un médico nos atiende con frialdad o de mal humor, a veces apresurados por cumplir con un tope de pacientes para poder irse a casa. Cuando el médico es así decimos que es un mal profesional. Ahora, traslade esa imagen a cualquier otra profesión, por ejemplo, a la de bibliotecario que ingresa documentos en un sistema o en un repositorio. Cada libro o documento es como un paciente, debe ser tratado y analizado con cuidado para que no solamente se vea bien en un catálogo, sino para que las personas puedan encontrar la información que necesitan con precisión y claridad. Apurar o abrumar a los catalogadores solo ocasionará que no hagan bien su trabajo.

Hay bibliotecarios que son originalmente catalogadores, conocen los estándares internacionales con profundidad, están en constante autocapacitación, forman redes de investigación y no se cansan de escudriñar los métodos para trabajar con materiales sumamente raros y especiales.

Desde sus orígenes, los bibliotecarios catalogaban porque es un requisito necesario para organizar el acervo, pero no lo es todo, también hay muchas otras cosas que hacer en una biblioteca. Sin embargo, más de un profesional que no se dedica a la catalogación ha acusado a los catalogadores de profesionales anticuados, tradicionalistas y no disruptivos. Totalmente falso.

Los catalogadores vienen discutiendo desde hace un buen tiempo las normas y buscan formas para adaptarlas a las nuevas tecnologías. Las famosas reglas RDA (Resource Description and Access) no solo sirven para dejar de abreviar términos, sino para crear relaciones entre autoridades de materia, persona, etcétera, en un entorno web.

Existen herramientas para intercambiar registros entre bibliotecas, es un gran apoyo para aumentar la producción, pero siempre será necesario el criterio del catalogador. Miremos con respeto a esos buenos profesionales; no se aprende en un día todo lo que ellos han acumulado en años.

**Por César A. Sánchez**



El bibliotecario, Giuseppe Arcimboldo (1527-1593)

**“Apurar o abrumar a los catalogadores solo ocasionará que no hagan bien su trabajo”**

# Que llamen a los bibliotecólogos

**E**l bibliotecólogo peruano todavía necesita demostrar su aporte profesional en las políticas de investigación. El *Current Status of Research Information Management in Peru* es un artículo publicado recientemente en la revista *Procedia Computer Science* y pertenece a los autores Andrés Melgar, Ian Brossard y César Olivares, todos afiliados al Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (Concytec). Según explican los autores, su trabajo es el resultado de las visitas a 53 instituciones, entre universidades e institutos de investigación, para conocer cuáles han implementado ya un sistema CRIS (Current Research Information Systems). Solo 6 instituciones peruanas lo han puesto en marcha.

Lo que llama la atención es que en esas poquitas casi no hay participación de bibliotecarios: "Durante las visitas se observó que los departamentos de biblioteca en las instituciones peruanas operan normalmente bajo presupuestos y equipos profesionales pequeños. Los repositorios institucionales están frecuentemente bajo la responsabilidad de TI con participación muy limitada de la biblioteca institucional", señalan los autores. Sin embargo, en el artículo se subraya que la experiencia internacional demuestra que los bibliotecarios son idóneos en las políticas de gestión de la información en investigación.

En el Perú, el valor que se le da al bibliotecólogo está tomando importancia, pero todavía es

insuficiente. Es un problema que no solo se ve a nivel de universidades; la realidad es más cruda con bibliotecas públicas e incluso escolares en los departamentos y provincias alejadas de Lima.



**[...] la experiencia internacional demuestra que los bibliotecarios son idóneos en las políticas de gestión de la información en investigación.**

Para que el bibliotecólogo pueda ser tomado en cuenta en el cambio social y científico, necesita demostrar que es un buen profesional y que conoce la realidad de su país; eso se realiza teniendo participación activa en el ámbito de la discusión científico-académica y hasta en la política. Por lo tanto, se necesita más investigación bibliotecológica, más artículos serios que analicen las carencias de información en el Perú y el rol que cumplen en la mejora de la educación, la cultura y el desarrollo de la ciencia.

No se trata solo de figurar; se trata de ayudar a cambiar la realidad. **Por Antonio Torres**



# KAREN UHLENBECK Y EL EFECTO

## MATILDA

Cuando la discriminación  
habita la ciencia...



Karen Uhlenbeck en 1952. Imagen: George Bergman (Wikimedia Commons)

**E**n cienciometría, la marginación de los descubrimientos científicos de las mujeres recibe un nombre peculiar: el efecto Matilda. Es un fenómeno en el cual si una mujer realiza un hallazgo relevante para la ciencia, no recibe ningún reconocimiento; posteriormente, si un varón realiza el mismo hallazgo, será él quien se lleve las palmas. Este problema es llamado así en memoria de Matilda Joslyn Gage, una activista neoyorquina que en 1893 escribió un ensayo protestando contra la discriminación hacia la mujer como inventora. Pero fue la historiadora de la ciencia, Margaret W. Rossiter, quien más tarde y luego de padecer la misma discriminación de sus trabajos, acuñaría el nombre.

Por suerte, cada vez se va tomando conciencia de esta problemática y las Hipatias de este siglo alcanzan la gloria merecida. La reciente entrega del premio Abel a la estadounidense Karen Keskulla Uhlenbeck es una muestra del cambio. Diarios como *El País* de España venden la noticia

con titulares como "Una mujer gana por primera vez el 'Nobel' de matemáticas", pues el premio lo otorga la Academia Noruega de las Ciencias y las Letras en Oslo y por manos del mismísimo rey. No está de más decir que es un galardón similar a la Medalla Fields, solo que esta se entrega a los matemáticos menores de cuarenta años.

Karen Uhlenbeck tiene 76 años de edad y está afiliada a la Universidad de Texas en Austin. Es reconocida por sus investigaciones sobre las superficies mínimas en las burbujas de jabón. Sus hallazgos han aportado enormemente al campo del análisis geométrico moderno y a otras áreas en las que las matemáticas y la física se comprenden mejor. Además, la galardonada, nacida en 1942 en Cleveland, Ohio, participa en el Programa de Mujeres y Matemáticas (WAM) del Instituto de Estudios Avanzados financiado por la Fundación Nacional de Ciencias de su país y cuya misión es apoyar a las estudiosas en todas las etapas de su formación profesional y de investigación.

Un dato interesante es que sus padres —un ingeniero y una artista— inculcaron en ella un amor profundo por la lectura. Animada por ellos, leyó desde sus años escolares los libros de físicos como Fred Hoyle y George Gamow. En su perfil personal para la Universidad de Texas en Austin, comenta: “De niña leía mucho, y leía todo. Iba a la biblioteca y luego me quedaba despierta toda la noche leyendo. Solía leer debajo del escritorio en la escuela. Toda mi familia fue y sigue siendo ávida lectora; vivíamos en el campo, así que no había mucho que hacer. Estaba particularmente interesada en leer sobre ciencia. Tenía unos doce años cuando mi padre

***“Leí todos los libros de ciencia en la biblioteca y me frustraba cuando ya no quedaba nada para leer”***

comenzó a llevar a casa los libros de Fred Hoyle sobre astrofísica. Los encontré muy interesantes. También recuerdo un pequeño libro de bolsillo llamado One, Two, Three, (and, in?) Infinity de George Gamow, y recuerdo la emoción de comprender este argumento tan sofisticado de que

había dos tipos diferentes de infinitos. Leí todos los libros de ciencia en la biblioteca y me frustraba cuando ya no quedaba nada para leer”.

Estamos frente a una mujer que inspirará a muchas otras. El efecto Matilda pronto podría pasar a la historia como uno de esos prejuicios anacrónicos de la humanidad. Karen Uhlenbeck y otras como ella luchan por eso.

## AGENDA

### PRIMER ENCUENTRO NACIONAL DE EGRESADOS DE BIBLIOTECOLOGÍA Y CC. II.

Organiza: Centro de Estudiantes de Bibliotecología y CC. II. UNMSM

Dónde: Auditorio José Antonio Russo Delgado de la Facultad de Letras y CC. HH. de la UNMSM

Fecha: 26 de junio de 2019 - 6:00 p. m.

### FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE LIMA

Organiza: Cámara Peruana del Libro

Dónde: Lima-Perú

Fecha: 19 de julio al 4 de agosto de 2019

### XVII COLOQUIO DE ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Organiza: Especialidad de Ciencias de la Información PUCP

Dónde: Pontificia Universidad Católica del Perú

Fecha: 13 de setiembre de 2019

### COAR ANNUAL MEETING

Organizan: La Referencia y Concytec

Lugar: Lima-Perú

